

# PENSAR EL FUTURO DE MÉXICO

COLECCIÓN CONMEMORATIVA DE LAS REVOLUCIONES CENTENARIAS

---



## La comunicación social y la reconstrucción de la nación mexicana

Javier Esteinou Madrid  
Luis Esparza Oteo Torres  
coordinadores



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

RECTORÍA UNIDAD XOCHIMILCO División de Ciencias Sociales y Humanidades



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

*Rector general*, Enrique Fernández Fassnacht

*Secretaria general*, Iris Santacruz Fabila

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD XOCHIMILCO

*Rector*, Cuauhtémoc Vladimir Pérez Llanas

*Secretaria de la Unidad*, Hilda Rosario Dávila Ibáñez

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

*Director*, Alberto Padilla Arias

*Secretario académico*, Jorge Alsina Valdés y Capote

*Jefe de la Sección de Publicaciones*, Miguel Ángel Hinojosa Carranza

PENSAR EL FUTURO DE MÉXICO.

COLECCIÓN CONMEMORATIVA DE LAS REVOLUCIONES CENTENARIAS

*Coordinador general*, José Luis Cepeda Dovala

*Secretario*, Miguel Ángel Hinojosa Carranza

CONSEJO EDITORIAL

*Presidente*, José Luis Cepeda Dovala

Ramón Alvarado Jiménez / Roberto Constantino Toto / Sofía de la Mora Campos

Arturo Gálvez Medrano / Fernando Sancén Contreras

COMITÉ EDITORIAL

Ramón Alvarado Jiménez / Jorge Iván Andrade Narváez

José Luis Cisneros / Francisco Luciano Concheiro Bórquez

Roberto Eibenschutz Hartman / Francisco Javier Esteinou Madrid

Luis Adolfo Esparza Oteo Torres / José Flores Salgado

Alejandro Gálvez Cancino / Arturo Gálvez Medrano

Raquel Adriana García Gutiérrez / Patricia Gascón Muro

Etelberto Ortiz Cruz / Mario Ortega Olivares

Silvia Radosh Corkidi / Ernesto Soto Reyes Garmendia

Salvador Vega y León / Luis Miguel Valdivia Santa María

ASISTENCIA EDITORIAL

Irais Hernández Güereca (diseño de portada)

Yaritza López Báez / Varinia Cortés Rodríguez

## ÍNDICE

Presentación .....	9
<i>Cuauhtémoc Vladimir Pérez Llanas</i> <i>Alberto Padilla Arias</i>	
Introducción	
Hacia una nueva sociedad comunicativa en el tercer milenio mexicano .....	11
<i>Javier Esteinou Madrid</i> <i>Luis Esparza Oteo Torres</i>	
Los medios de difusión electrónicos y la transformación histórica del Estado mexicano .....	15
<i>Javier Esteinou Madrid</i>	
La radio en la construcción del nacionalismo .....	61
<i>Luis Esparza Oteo Torres</i>	
La televisión y su impacto sobre el proyecto de nación .....	97
<i>Joaquín Jiménez Mercado</i>	
El poder mediático de la televisión y la transformación de la política .....	135
<i>Patricia Ortega Ramírez</i>	
El marco normativo y la construcción de un modelo de nación .....	163
<i>Beatriz Solis Leree</i>	
¿México digital? Incertidumbres sobre la nación en tiempos de internet .....	187
<i>Diego Lizarazo Arias</i>	
Los autores .....	217



## Los medios de difusión electrónicos y la transformación histórica del Estado mexicano

Javier Esteinou Madrid\*

### EL PODER MEDIÁTICO Y LA MUTACIÓN ESTRUCTURAL DEL ESTADO-NACIÓN

Con la existencia del nuevo *espacio público mediático* de naturaleza netamente virtual que construyeron las industrias culturales electrónicas, particularmente audiovisuales, a lo largo del siglo XX y principios del XXI, se modificaron las reglas y las dinámicas tradicionales con las que nuestra sociedad nacional antaño se articulaba, organizaba y participaba colectivamente. Mediante ello, se produjo un profundo cambio en la jerarquía de poderes y fuerzas que conformaban el esqueleto del poder y de la movilización cotidiana de nuestra sociedad tradicional, donde los medios de difusión masiva ahora son el centro del poder político, cultural, mental, emocional, energético y espiritual diario de la nuestra República: los medios se transformaron en los grandes sistemas nerviosos y cerebros colectivos que construyeron la nueva *plaza pública* y las principales redes neuronales constructoras de la conciencia que organiza y dirige cotidianamente a la sociedad.

De esta manera, a partir del nuevo posicionamiento estratégico que alcanzaron los medios de difusión colectivos, dentro del conjunto de fuerzas que inciden y luchan para edificar la dinámica de poder con el fin de dirigir

\* Profesor-investigador en el Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.



a la comunidad nacional, éstos se convirtieron en instituciones nodales para conformar al Estado real, a la República cotidiana y a la sociedad mexicana ordinaria. Es decir, a diferencia de las etapas históricas anteriores –en las que el tradicional Estado-nación mexicano se formó a partir de la realización de sistemáticos procesos políticos, ideológicos, jurídicos, movilizaciones de masas, ejecución de grandes consensos colectivos, legitimaciones históricas, etcétera–, a finales del siglo XX y principios del siglo XXI, además de seguir operando las dinámicas anteriores para consolidar al Estado mexicano, la construcción de éste también se dio paralelamente a partir del desarrollo de las tecnologías de información masiva que se introdujeron en nuestro territorio.

Esto debido a que mediante la expansión de dichos recursos tecnológicos modernos se gestó la construcción de un nuevo conocimiento colectivo que dio origen a un nuevo *espacio público* o *plaza pública virtual*, que permitió el funcionamiento de una nueva forma de participación social, en primer lugar, a través del nuevo espacio público mediático y, en segundo lugar, vía el *ciberespacio* de la internet. Ello generó el surgimiento de nuevas zonas ampliadas de poder que impactaron sustancialmente en las estructuras y dinámicas tradicionales de los procesos de reproducción cotidiana de las comunidades mexicanas.

A partir del crecimiento de estos nuevos espacios virtuales que se incorporaron al territorio de lo *público*, las estructuras de poder del antiguo Estado burocrático posrevolucionario de principios del siglo XX entraron en periodos de crisis estructurales, y emergieron nuevas dinámicas de expansión, complementación, oposición o anulación de las tareas tradicionales que ejecutaba el Estado-nación. Esto significa que paralelamente al desarrollo de la televisión, la radio, los satélites, las redes informáticas, la *banda ancha*, fibra óptica, *cuádruple play*, los celulares, los sitios *web*, los derivados interactivos, etcétera, que introdujo la presencia de la revolución de la *Sociedad de la información* en el país, lo que se produjo no sólo fue la creación de un nuevo tejido tecnológico comunicativo de las comunidades, sino que, en el fondo, lo que se constituyó fue la ampliación o formación de un nuevo entramado de *poder mediático* colectivo que alcanzó una eficacia relevante para dirigir y organizar diariamente a la sociedad y, en consecuencia, para construir el nuevo Estado contemporáneo real.

Dicha transformación histórica –basada en la modernización de las tecnologías de difusión– fue sumamente vertebral pues, en última instancia, lo que introdujo fue la renovación de los *Aparatos ideológicos del Estado*

moderno que actualizaron los mecanismos de poder del Estado tradicional. En consecuencia, el cambio y la innovación tecnológica no sólo significaron la introducción de mecanismos de eficiencia, rapidez, abundancia, intensidad, versatilidad, etcétera, para ejecutar las dinámicas informativas, sino fundamentalmente representaron la metamorfosis del esqueleto y la mecánica de operación del Estado republicano convencional, de sus formas de poder y de las vías para dirigir a la sociedad.

De esta forma, la profunda transformación histórica de la estructura y esencia del Estado mexicano tradicional se dio debido al surgimiento del fenómeno del *Estado ampliado* que se generó a partir de la expansión de los medios electrónicos de difusión sobre el tradicional tejido social que articulaba a las comunidades, y de la proyección del resto de las instituciones sociales mediante tales infraestructuras virtuales de representación de la realidad y de interacción comunitaria.

En este sentido, a partir de la expansión de la nueva realidad mediática, 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 masiva– se introdujeron colectivamente múltiples mediaciones tecnológicas y culturales en nuestro funcionamiento social que modificaron radicalmente nuestra forma personal, grupal e institucional de informar, recibir, escuchar, ver, conocer, sentir, pensar, desear, soñar, imaginar, decidir, actuar, organizarnos y proyectarnos comunitariamente en nuestro país. Es decir, transformaron profundamente nuestra forma de conocer, de interactuar y de ser, individual y colectivamente.

La transformación que experimentó la esencia del Estado mexicano y el esqueleto del *espacio público*, con la actuación de las tecnologías de difusión colectivos en México, fue tan sustancial que modificó la estructura de los poderes públicos heredados de etapas anteriores de la historia nacional. Así, reinterpretando la historia de la formación del Estado y de la conformación de la República nacional de los últimos 200 años, constatamos que con la gradual inclusión de la nueva variable mediática en el ámbito superestructural de la sociedad mexicana, al concluir la Revolución Mexicana en 1921 se alcanzó el establecimiento de un nuevo pacto social colectivo con los acuerdos posrevolucionarios y se fundó la *Tercera República Nacional* que se conformó con la presencia y acción de los poderes Ejecutivo, Legislativo y 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 independiente de la Iglesia ya no significó un problema o peligro para la estabilidad del Estado-nación porque la fuerza persuasiva de ésta fue desmantelada con la aplicación de las reformas juaristas que desacralizaron el poder público gubernamental y crearon una nueva realidad de gobierno y cultura laica.

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 de la época, modelados por las directrices que se establecían desde los tres poderes públicos que conformaban la estructura de la República Mexicana. Así, durante el principio del siglo XX las diversas comunidades de la sociedad posrevolucionaria estuvieron gobernados por las mediaciones políticas, administrativas, coercitivas, educativas e ideológicas de los tres poderes públicos de la *Tercera República Nacional*: Ejecutivo, Legislativo y Judicial. Dicha *Tercera República* funcionó durante el siglo XX en México creando un nuevo orden estabilizador que integró al país alrededor del proyecto de crecimiento como República nacional federada que alcanzó su éxito con la fase de desarrollo del “Milagro mexicano”.

Sin embargo, con la introducción de las tecnologías electrónicas de información de masas en México, con la radio en 1920 y la televisión en 1950, paulatinamente el poder cultural de las *industrias culturales* crearon nuevas mediaciones tecnológicas de carácter virtual que impactaron drásticamente sobre las anteriores estructuras económicas, políticas, sociales e ideológicas que existían en la sociedad mexicana y gradualmente se desbordó la esfera de acción, control y de orientación político cultural que había edificado el 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 creados durante la *Tercera República* por el Estado mexicano y gradualmente se fue conformando paralelamente como un poder ideológico independiente que adquirió tanta fuerza que le permitió competir y enfrentarse a los otros tres poderes republicanos formales que constituían al Estado nacional tradicional, incluso, en algunos casos, los reformuló, los superó y, en otros, hasta los sustituyó.

De esta forma, fue a partir del momento histórico en que los medios ocuparon el lugar central en la conformación de la estructura del poder ideológico contemporáneo de nuestro país, que se constató que si a media-

dos del siglo XX el Estado mexicano estaba constituido por tres poderes formales divididos y autónomos, el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial, que tuvieron su origen en las *Cartas Constitucionales de los Sentimientos de la Nación* de 1813, 1824 y 1857 y que posteriormente se concretizaron en la Constitución de 1917, ahora a principios del siglo XXI, en términos reales, el Estado mexicano cotidiano está compuesto por cuatro poderes concretos: los tres poderes formales tradicionales mencionados, y un reciente poder *fáctico*, que es el nuevo *Poder Mediático*. Este último, cada vez más, debido a sus nuevas y grandes capacidades tecnológico-sociales, silenciosamente, frente a nuestras narices, conquistó grandísimas cuotas de poder e influencia que lo convirtieron ideológica y políticamente en el *Poder del Poder* que progresivamente subordinó y presionó al resto de los tres poderes constitucionales de nuestro Estado-nación para someterlos a su voluntad mediático-empresarial e imponer su proyecto de construcción de sociedad, de economía, de política y de seres humanos.

En este sentido, si la lucha por nuestra independencia nos dio la edificación de la *Primera República Nacional*, si la realización de la reforma *juarista* aportó la cimentación de la *Segunda República Nacional*, y si la Revolución Mexicana colocó los fundamentos de la *Tercera República Nacional* en el país (Martínez, 2004:5-6), ahora –con la consolidación del nuevo poder mediático, especialmente 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, con su respectiva mutación estatal y social. Es decir, si en 1813 José María Morelos y Pavón aportó el espíritu de la *Primera República Nacional* con la expresión de los *Sentimientos de la Nación* en el Congreso de Chilpancingo, Guerrero; si Agustín de Iturbide proclamó el *Acta de Independencia* frente al imperio español en 1821, que cristalizó con la elaboración de la primera Constitución del 5 de octubre de 1824, creando la *Segunda República Nacional*; si el Congreso Federal prefiguró *La Constitución de las Siete 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 fundó la *Tercera República Nacional* (“Nuestras constituciones. Documentos mexicanos”, 2000; y Morelos y Pavón, 2001); con el surgimiento de los medios de difusión colectivos en el siglo XX (la radio en la década de 1920 y la televisión en la de 1950) y la aplicación del marco jurídico *a modo* que les permitió su expansión monopólica, se permitió la súper concentración de un nuevo poder ideológico informativo oligopóli-



co. Dicha acumulación de fuerza se transformó en un sólido poder político alternativo que fundó paulatinamente el fenómeno histórico de la nueva *Cuarta República Mediática*, especialmente en las urbes del país.

De esta manera, fue a partir del funcionamiento privatizado y monopolizado del *espacio público mediático* que se dio a partir de la presencia y acción de las tecnologías de difusión colectiva que conformaron el *Estado Ampliado* en México desde mediados del siglo XX, que surgió otra faceta histórica del tradicional Estado derivado de la *Tercera República Nacional* que fue la emergencia informal de la *Cuarta República Mediática* a finales del siglo XX y principios del siglo XXI.

#### CARACTERÍSTICAS HISTÓRICAS DE LA CUARTA REPÚBLICA MEDIÁTICA EN MÉXICO

A diferencia de la naturaleza constitutiva de las otras tres repúblicas nacionales que emergieron como producto de movimientos emancipadores durante el siglo XVIII, XIX y XX en México, la *Cuarta República Mediática* se caracteriza por ser el fenómeno histórico de transformación estructural del esqueleto y del proceso tradicional de la gobernabilidad nacional, que se generó por la introducción de una cuarta fuerza pública en la reestructuración histórica del Estado-nación mexicano contemporáneo: el *poder mediático*. En este sentido, por la vía informal se incorporó una nueva fuerza histórica de poder activo de naturaleza virtual que ocasionó que el proceso y la estructura de ejercicio del poder nacional ya no esté integrado solamente por los tres poderes formales tradicionales definidos por la Constitución Mexicana de 1917 (que concretizó legítimamente la composición del poder público republicano), sino que a principios del siglo XXI se convirtió en un nuevo sistema de gobierno conformado –informal pero eficientemente– por cuatro poderes reales con capacidades de fuerza, legitimación, castigo, movilización y eficacia comprobadas que, cada uno, luchan entre sí para determinar la regulación y la dirección global diaria que desean imponer según sus intereses a la sociedad mexicana.

Contrariamente a la fuerza y cobertura de los otros tres poderes formales que construyeron la *Tercera República Nacional* que fueron físicos, visibles, formales, administrativos, políticos e incluso represivos, la fuerza de la *Cuarta República Mediática* emanó de un poder ideológico virtual informal que posteriormente se convirtió en un poder económico y, finalmente,

se transformó en una fuerza político cultural penetrando todos los ámbitos de la vida cotidiana en el país. Mediante ello, los medios conquistaron la conciencia de los individuos y las mentalidades de las comunidades y desde ahí influyeron sistemáticamente sobre los comportamientos de los ciudadanos, dirigiendo cotidianamente a la nación con más o igual ímpetu que el resto de los poderes ideológicos operativos formales de la gobernabilidad convencional.

Por consiguiente, la *Cuarta República Mediática* surgió como un producto histórico posmoderno ocasionado por el avance del proyecto de comunicación empresarial privado-comercial sobre el *espacio público colectivo* donde las realidades comunitarias, cada vez más, ya no son fundamentalmente edificadas y dirigidas desde las directrices del proyecto del Estado-nación, sino ahora son creadas y conducidas desde la concepción y los intereses del programa privado mercantil de expansión de las corporaciones monopólicas de la información masiva.

Así, independientemente de los consentimientos teóricos y jurídicos, formales o no, que realizó la estructura propagandística del poder nacional contemporáneo para definir y propagar la noción de lo que es el Estado mexicano, a finales del siglo XX y comienzos del siglo XXI la composición moderna real de esta realidad quedó integrada por una nueva modalidad histórica de existencia, funcionamiento y aplicación de fuerza cotidiana compuesta por la acción de los poderes Ejecutivo, Legislativo, Judicial y el *Mediático*, particularmente, este último constituido por la influencia de la televisión y de la radio. Este último poder virtual, gradualmente se impuso silenciosamente sobre la vieja institucionalidad formal del poder posrevolucionario republicano heredado del siglo XX en México, y ahora su dominio es tal que diariamente impacta sustantivamente con un impulso dominante sobre la conformación de la *esfera pública* y del Estado que le da vida diaria a la sociedad mexicana a principios del tercer milenio.

Aunque a nivel histórico la presencia del fenómeno de la *Cuarta República Mediática* no es un suceso local, sino que ya es una realidad mundial que se encuentra presente en casi todos los países del orbe por el avance con diversas particularidades y la penetración intensiva que han alcanzado las nuevas tecnologías de difusión, especialmente electrónicas, en el ámbito cultural y político de las sociedades a escala internacional, en el caso de México ese hecho alcanzó proporciones de mayor consolidación o madurez a principios del tercer milenio que lo convirtieron en una situación excepcional para la transformación del Estado-nación. Esto debido a que, en



comparación con otros países, el modelo histórico de comunicación-electrónico-colectivo-privado en México es atípico, pues en los albores del siglo XXI en el mundo no existe ningún otro caso con la concentración y monopolización tan alta, impune y discrecional como la que se da en el ámbito de la radio y la televisión en el país.

Por ello, a principio del siglo XXI en México los medios de difusión colectivos ya no son instituciones asépticas de simple entretenimiento, de cultura, de esparcimiento, de información, etcétera, sino que ahora son un poder fáctico, cada vez más autónomo, que constantemente reestructura el esqueleto y la dinámica de funcionamiento del Estado y de la República, y desde ahí, presionan fuertemente a la clase política mexicana para que se le subordine y sea funcional para la reproducción de los intereses de estas empresas comerciales privadas.

#### LA FUNDACIÓN DE LA CUARTA REPÚBLICA MEDIÁTICA

En contraposición a la fundación de las tres primeras Repúblicas nacionales que contaron con fechas históricas precisas y ritos institucionales públicos muy notorios para su fundación civilizatoria, el surgimiento de la *Cuarta República Mediática* en nuestro país no contó con un registro preciso de consolidación, ni con actos públicos visibles para datar su inauguración, puesto que no nació como las anteriores repúblicas derivada del resultado de luchas emancipadoras frente a los poderes de dominación imperial y de sólidos consensos populares para fundarla. Su naturaleza se constituyó informalmente a partir de la introducción gradual, silenciosa y desapercibida del modelo de comunicación de las industrias culturales dominantes dentro del tejido de conocimientos, sentimientos y hábitos, redes culturales de nuestra vida cotidiana a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, y alcanzó su afianzamiento maduro a principios del XXI.

Pese a no contar con datos sobre su fundación —pues emergió como un fenómeno comunicativo informal que en muchos momentos apareció como prototipo de entretenimiento masivo—, de forma más exacta 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. In-

tentó cristalizar con la aprobación de las Reformas a la Ley Federal de Telecomunicaciones y a Ley Federal de Radio y Televisión, conocidas popularmente como “Ley Televisa”, el 31 de marzo de 2006 en el Congreso de la Unión, que fortaleció mayúsculamente a los medios de comunicación comerciales privados como *poderes fácticos salvajes* en la sociedad mexicana, hasta que fue derogada por la Suprema Corte de Justicia de la Nación. Posteriormente, dicha figura histórica se ha consolidado firmemente a lo largo de los años mediante la aplicación de diversas mini “Leyes Televisa” aisladas en el país que, con apoyo de la voluntad de diversas fracciones de la clase política gobernante, le han otorgado más expansión unilateral, privilegios desmesurados, fuerza de persuasión y poder político creciente a los monopolios electrónicos de la comunicación colectiva en México.

Mediante estos procesos históricos se estableció un nuevo *espacio público mediático* que reforzó el pacto social comunicativo clasista, autoritario, vertical, oligopólico, concentrador, excluyente y discrecional existente entre el Estado, los concesionarios y la sociedad mexicana en los albores del siglo XXI, y transformó el esqueleto de funcionamiento del Estado-nación tradicional, consolidando con ello la existencia de la *Cuarta República Mediática* en la historia de México.

#### LA COMPLICIDAD DE LA CLASE POLÍTICA MEXICANA EN LA GESTACIÓN DE LA CUARTA REPÚBLICA MEDIÁTICA

Además de la fuerte transformación del *espacio público* nacional que se generó con la incursión de los medios de difusión colectiva y las nuevas tecnologías de información en el ámbito cultural —que permitieron la emergencia histórica de la *Cuarta República Mediática* en México—, es importante destacar que este fenómeno también surgió apuntalado por la creciente ineficiencia del Estado-nación, por la irresponsabilidad sistemática de la partidocracia y por la ineficacia de los órganos de gobierno que descuidaron su tarea comprometida en la dirección nacional. Durante décadas, gradualmente se crearon las condiciones propicias para que los medios ocuparan posiciones rectoras como nuevos *poderes fácticos* en la dinámica de organización y conducción de la sociedad, sin que las autoridades regidoras en su momento les aplicaran los límites precisos definidos en el marco de la Constitución Política Mexicana.



Este nuevo fenómeno histórico de recomposición del Estado y del poder público en México no se arraigó de manera uniforme y automática en el espacio de *poder público* del país, sino que atravesó por diversas etapas sucesivas de consolidación, entre las cuales figuraron las siguientes seis etapas de gestación histórica: fase de la “no política” (1920-1950); tiempo de socialización cultural (1950-1970); etapa del *Cuarto Poder* (1970-1980); ciclo del *Primer Poder* ideológico político o *mediocracia* (1980-1990); periodo como *Poderes fácticos* (1990-2000); y, finalmente, estadio como *Poderes fácticos salvajes* (2000 a la fecha).

En una primera fase histórica, de 1920 a 1950, la relación Estado-medios electrónicos fue protagonizada exclusivamente por la presencia de la radio, pues la televisión aún no surgía en el país. Este momento inicial se desarrolló en el contexto del fortalecimiento del Estado-nación cuando los gobiernos posrevolucionarios impulsaron una política global en la que la intervención del Estado en la economía y en la vida nacional fue amplia y se encaminó a defender los recursos de propiedad de la nación que no estaban en manos del capital extranjero, dentro de los cuales se encontraban las comunicaciones eléctricas, como el telégrafo y el teléfono (Alva de la Selva, 2007:1-2).

En términos informativos, en estos años funcionó un Estado rector caracterizado por instalar sus propias estaciones de radio, pero también facilitando, en todo momento, que los particulares establecieran las suyas bajo la modalidad de concesiones radiofónicas. La política de relación del gobierno con los radiodifusores se basó en autorización de concesiones que el Estado otorgaba a los sectores privados para transmitir sus ondas hertzianas, permitiendo la explotación comercial moderada de las mismas, pero mantenía el control jurídico del usufructo lucrativo de la radio, estableciéndole ciertas limitantes estratégicas a dicha industria. Entre las principales restricciones a los empresarios figuraron la prohibición de “hacer política desde los micrófonos” (Alva de la Selva, 2007:1-2).

De esta forma, a partir de la suposición del uso político de la radio por otras fuerzas o grupos políticos independientes interesados en acceder al poder, permitió que la burocracia gobernante controlara, prohibiera o cerrara los micrófonos privados hacia los temas políticos que atentaban contra sus intereses de sector en el poder. Esto afectó significativamente la libertad de expresión en tal medio y le dio un gran poder de regulación al Estado burocrático sobre el aparato mediático. Ejemplo de ello fue la represión que se desató contra las emisoras particulares, especialmente con-

tra la Estación XEW, cuando difundió, el 7 de noviembre de 1931, un mensaje de 10 minutos del Partido Comunista Mexicano, que llegó al continente americano (Alva de la Selva, 2007:1-2).

Tal subordinación unilateral del poder radiofónico ante el Estado, le sirvió a los empresarios de la radiodifusión para mantener una relación simbiótica entre gobierno y capital comunicativo privado, que lo aprovechó como moneda de cambio político muy útil para obtener de los diversos gobiernos en turno múltiples privilegios empresariales que le permitieron expandir sus empresas y acumular mayores tasas de ganancias. Entre los favores que conquistaron, figuraron exenciones arancelarias, no aplicación rigurosa de la ley, renovación unilateral de concesiones, flexibilidad para cumplir con sus trámites formales, margen amplio para difundir publicidad comercial, etcétera. Dicha etapa abarcó desde el régimen del presidente Álvaro Obregón y el presidente Plutarco Elías Calles, hasta los tiempos del presidente Lázaro Cárdenas, quien tuvo un proyecto para estatizar la radio, pero debido a que no fue difundido públicamente, no consiguió respaldo de ninguna de las fuerzas sociales para lograrlo (Alva de la Selva, 2007:1-2).

En un segundo periodo histórico –de 1950 a 1970–, el viejo Estado mexicano posrevolucionario aceptó que el sistema de televisión que se instalara en el país fuera el modelo estadounidense orientado hacia la generación de ganancias y no el europeo cultural inclinado a la promoción de la educación y el pensamiento. Complementariamente a la incorporación de este prototipo de difusión, sucesivamente el Estado creó a lo largo del tiempo un modelo político donde, para su operación, el poder en funciones le otorgó a los propietarios de los medios de información masiva concesiones prolongadas del *espectro radiotelevisivo* y todo tipo de facilidades jurídicas, siempre y cuando los empresarios se comprometieran a defender al sistema político dominante como “auténticos soldados” del presidente de la República. Aunque con mayor fuerza política del sector empresarial que antaño; así, se reconfirmó el acuerdo ¡Yo te doy y tú me das! (Alva de la Selva, 2007:1-2).

Mediante tal pacto simbiótico implícito la estructura del sistema dominante de información masiva privado comercial, particularmente electrónica, con pequeños altibajos, apoyó fundamentalmente a un solo partido político durante todo el siglo XX a cambio de recibir sus beneficios: el Partido Revolucionario Institucional (PRI). A través de dicha génesis, el prototipo dominante de difusión colectiva se desarrolló en el territorio mexicano con gran velocidad y eficiencia como un modelo de comunicación-mercado



que rápidamente se volvió concentrador y actuó durante varias décadas en alianza política con los grupos gobernantes coyunturales.

En este sentido, el origen de la estructura histórica desigual de los medios de difusión colectivos en México se produjo mediante el contubernio consciente del sistema político gobernante durante más de 70 años en el país, con el sostén de los concesionarios de los canales de información masiva, especialmente de radio y televisión. Desde el inicio de las industrias culturales electrónicas, el Estado mexicano permitió con toda anuencia que los medios privados fueran actuando según sus intereses concentradores, expansionistas y monopólicos, mientras apoyaran al sistema político pos-revolucionario establecido que se había encarnado en el Partido Revolucionario Institucional. Desde el surgimiento de los canales electrónicos existió una mutua y voluntaria complicidad histórica pactada entre el gobierno en turno y la *mediocracia*, para que ambos poderes coexistieran gobernando a la sociedad durante un largo periodo, siempre y cuando uno y otro entramado de macro fuerzas, se apoyaran recíprocamente para alcanzar cada uno sus ganancias específicas y pudieran continuar existiendo conjuntamente como entidades “armónicamente hegemónicas” en el país.

De tal forma fue la correspondencia funcional tejida entre desarrollo político y mediático en este ciclo histórico en México, que al periodo del monopolio real de la política por el Partido Revolucionario Institucional en el siglo XX le correspondió el mismo monopolio de la comunicación por parte de Televisa y, posteriormente, de Televisión Azteca para consolidar el programa global de desarrollo nacional que se impuso a la población. Así, el *poder mediático* se convirtió en uno de los pilares estratégicos de la estructura de poder que permitió que el sistema político y el modelo económico capitalista se desarrollaran funcionalmente con estabilidad hegemónica durante siete décadas en México. El “Milagro mexicano” nunca hubiera podido realizarse, sin el apoyo de los medios de difusión electrónicos monopólico-privados que en esos años operaban en la nación.

Aunque en estos tiempos el sector de la radiodifusión nacional había alcanzado mayor poder y autonomía mediática que les permitía negociar con mayor posición de fuerza frente a los gobiernos en turno para introducir sus intereses en el ámbito público, el Estado todavía continuó manteniendo y desempeñando su posición rectora ante el escenario comunicativo mediante la aplicación de acciones jurídicas reguladoras que frenaban al nuevo poder de las industrias culturales. En tal marco emergió el organismo empresarial denominado Cámara de la Industria de Radio y Televisión

(CIRT), que contribuyó a fortalecer al poder empresarial mediático frente al Estado y la población.

En tal contexto, la izquierda y las fuerzas democráticas se encontraban en condiciones de debilidad debido al reciente estallido del conflicto estudiantil de 1968 y el tema de la comunicación colectiva no se encontraba en las prioridades de los partidos políticos. No surgió ninguna fuerza social democrática que emprendiera la lucha por transformar el sistema de difusión monopólico dominante, hacia un nuevo modelo de comunicación de servicio público que atendiera centralmente la resolución de los grandes problemas de la agenda nacional (Alva de la Selva, 2007:1-2).

Dicho periodo fue protagonizado por los gobiernos de los presidentes Miguel Alemán y Adolfo López Mateos, en los cuales los grandes concesionarios de la radio y televisión fundaron su imperio de comunicación privada, obteniendo todas las concesiones que requerían, alcanzando la mayor cantidad de privilegios posibles.

En un tercer tiempo histórico –de 1970 a 1980–, siguiendo el modelo político ideológico ya edificado entre concesionarios y gobierno, los medios electrónicos continuaron su rápido y extenso desenvolvimiento por todo el territorio mexicano, construyendo un nuevo sistema nervioso informativo que se convirtió en la principal infraestructura mental y de movilización de la nación. Mediante la expansión de dicho fenómeno tecnológico cultural se construyeron los principales valores, las ideologías, las maneras de ver la vida, los sentimientos masivos básicos, los deseos cíclicos, la opinión pública cotidiana, etcétera, en una idea, la hegemonía estratégica diaria que articuló y movilizó desapercibidamente a la sociedad mexicana diariamente durante varias décadas. El poder de penetración y persuasión de la televisión la convirtieron en el espacio de convergencia de la familia, y, en consecuencia, el Canal 2 de la empresa Televisa se convirtió en el “Canal de la familia mexicana”.

En esta etapa de evolución emergieron la *radiocracia* y la *telecracia* como instituciones de presión –que posteriormente se transformaron en *mediocracia* y se ubicaron dentro de la estructura de fuerzas sociales como el *Cuarto poder ideológico político* en el país– que funcionaron como instancias de coacción importantes frente al gobierno, la iglesia, los partidos políticos, las organizaciones civiles, las instituciones, las comunidades, etcétera, pero no alcanzaron el nivel de poderosos *poderes fácticos*, pues todavía se contaba con la intervención de un Estado nacional fuerte que los regulaba y los subordinaba a las directrices de gobernabilidad de la clase política esta-



cional. En este sentido, los medios fueron fundamentalmente instituciones modernas de fuerte socialización cultural y de influencia política mental masiva que coexistieron equilibradamente junto al poder del Estado-nación posrevolucionario que buscaba la difusión de su ideología, legitimación cotidiana de su acción y la modernización de su imagen.

En tales años la población se encontraba seducida por las maravillas tecnológicas de los medios, especialmente de la televisión y su correspondiente programación de masas; y la sociedad civil crítica apenas despertaba a la necesidad de discutir la creación de otro proyecto de comunicación nacional que representara los intereses de las grandes mayorías del país (Alva de la Selva, 2007:3-4).

En un cuarto ciclo histórico –de 1980 a 1990–, este equilibrio de fuerzas hegemónicas entró en crisis sistémica y cambió drásticamente cuando la revolución tecnológica y otros factores estructurales de fuerza extra comunicativos posibilitaron que el poder mediático evolucionara de su posición vigorosa de *Cuarto Poder* a una nueva ubicación de centralidad social y se transformaron en el Primer Poder ideológico político en la República. Así, cuando el proyecto económico de crecimiento nacional –que se fundó en la dinámica del proteccionismo y la sustitución de importaciones– llegó a su agotamiento en la década de 1980 en el gobierno del presidente López Portillo, e inició el modelo de expansión neoliberal con el presidente Carlos Salinas de Gortari, el Estado mexicano entró en una dinámica de modernización que lo llevó a su adelgazamiento institucional y su desregulación informativa. Esta situación permitió que el sector comunicativo privado se fortaleciera en nuevas proporciones hegemónicas hasta llegar a plantear los cimientos para el surgimiento de la *Cuarta República Mediática* en México.

El reforzamiento de esta nueva realidad histórica mediática se aceleró cuando el Estado mexicano abdicó de ejercer su función como rector cultural y dejó de producir “contenidos comunicativos públicos”, argumentando que era muy costoso elaborarlos y buscó vías de mayor ahorro delegando la elaboración de contenidos y la función de conducción mental y afectiva del país a la dinámica del mercado regida con su lógica salvaje de la “autorregulación” y su correspondiente dinámica neoliberal del “dejar hacer, dejar pasar comunicativamente” sin límite, con tal de obtener mayores beneficios económicos y fortalecer el arquetipo monopólico de las industrias culturales privado-comerciales, nacionales y transnacionales. El Estado sólo produjo contenidos propagandísticos en los periodos electorales, en las fases de anuncio de sus éxitos políticos, en los momentos de los

desastres naturales, en las etapas de excepción social o en las coyunturas de crisis institucionales para legitimar su gobernabilidad; comisionando indirectamente su principal función de educación y dirección colectiva en el resto de los momentos del ciclo de la vida social, al proceso cotidiano de difusión masiva empresarial.

Con ello, el *capital cultural*, tradicionalmente edificado por el Estado y sus órganos instructivos para construir ideológica y políticamente al Estado-nación, gradualmente fue sustituido imperceptiblemente por el trabajo ideológico habitual que realizaron los medios de información privado-lucrativos hasta construir un nuevo *capital cultural mediático* que fue altamente funcional para la nueva economía de consumo que surgía con el nuevo modelo de crecimiento neoliberal de puertas abiertas a la globalización. En esta etapa se creó en el ámbito cultural un penetrante tejido mental y afectivo consumista que volvió a rearticular eficazmente a las comunidades desorientadas o fracturadas en su búsqueda de ascenso social y de un nuevo sentido de la vida. Los grupos sociales fueron integrados alrededor del proyecto económico y existencial del mercado con su respectiva cultura de consumo y no con base en la construcción cultural del proyecto de nación cultural autónoma y autosustentable que tanto requería el nuevo México moderno en proceso de integración acelerada a la dinámica de la globalización mundial.

En un quinto periodo histórico –de 1990 al 2000–, derivado de las tendencias anteriores, las empresas de información colectiva –especialmente los canales electrónicos– conquistaron tal concentración magna de poder informativo, cognoscitivo, ideológico, virtual, emocional, político, económico y de movilización sobre los grupos sociales que se convirtieron en los *primeros poderes ideológicos* dominantes sobre los ciudadanos que gradualmente se transformaron en efectivos *poderes fácticos mediáticos* de la sociedad contemporánea mexicana (Esteinou, 2002:49-62; y 2004:86-88). En ese momento, las industrias culturales electrónicas se convirtieron en las principales instituciones dominantes del poder ideológico político moderno, que impusieron sus intereses particulares al Estado y a la sociedad, como si fueran las necesidades y los valores propios del proyecto aspiracional fidedigno de crecimiento del resto del conjunto social. En este periodo del desarrollo comunicativo del país el Estado-nación todavía contó con algunos mecanismos y recursos jurídicos políticos eficientes, aunque limitados, para subordinar parcialmente a los *poderes fácticos mediáticos* a los



lineamientos que fijó el mandato de la Constitución Política Mexicana (Casar, 2009).

Para defenderse del enorme *poder mediático* alcanzado por los concesionarios privados de los medios de difusión colectivos en México, los gobiernos en turno construyeron discursos públicos antimediáticos, en la medida en que cada cúpula política consideraba que las acciones de los canales de información masiva afectaban o se enfrentaban a sus diversos proyectos de gobernabilidad coyuntural. En esta fase surgieron en el país diversas propuestas estatales de regulación jurídica de las industrias culturales para intentar disciplinar dentro de marcos legales más equilibrados al *poder mediático* desatado.

Finalmente, en un sexto estadio histórico –del 2000 en adelante–, el desarrollo y la organización tecnológico-jurídico-empresarial de los consorcios de la comunicación colectiva controlaron las áreas estratégicas de la construcción cotidiana del conocimiento social, de la edificación de la opinión pública, del entretenimiento y de la movilización colectiva del país. Así, por ejemplo, en el 2010 el consorcio Televisa

[...] poseía 68% de las concesiones en materia de televisión abierta, concentraba 75% de la publicidad en medios electrónicos, dirigía más de 55% del mercado de la televisión restringida –a través de Cablevisión y sus socias Cablemás, TVI y Megacable–, imponía sus condiciones para cumplir con las reglas del *must carrier* y el *must offer*, tenía cuatro “canales espejo” que el Estado le otorgó sin pago alguno hasta el 2021, y frenó la posibilidad de que existiera una competencia real en esa materia. Pero por si esto no bastara tenía 130 permisos para centros de apuestas, poseía 25% de una empresa de aviación, controlaba las agencias publicitarias, el mercado discográfico, la industria del espectáculo, el fútbol profesional y no tenía rival en su estrategia de mercadotecnia política (Villamil, 2010).

Mediante ello, el fenómeno de afianzamiento mediático dominante como *poderes fácticos* se consolidó cuando se quebró el mermado equilibrio político que existía entre el poder del viejo sistema de conducción gubernamental priísta y los grandes consorcios de la comunicación a partir del proceso de transición política nacional, al darse la alternancia del Partido Revolucionario Institucional (PRI) al Partido Acción Nacional (PAN) para dirigir la República. Así, hasta antes de la evolución política al bipartidismo, los presidentes de la República siempre negociaron con mando

firme en todos los sexenios anteriores con los concesionarios de los medios de difusión los diversos beneficios que anhelaban obtener los empresarios de la difusión para fortalecer la expansión corporativa de sus industrias informativas y los gobiernos en turno les concedían algunos privilegios a cambio del cumplimiento de los pactos de respaldo informativo acordados para coger el país con “armonía mediática”.

Sin embargo, no obstante la existencia de este acuerdo convencional de cúpulas, con el incierto comienzo del sexenio del presidente Vicente Fox Quesada se quebró el prolongado modelo político mediático priísta autoritario que había funcionado durante más de siete décadas en México y se abrieron nuevos vacíos de gobernabilidad que no fueron ocupados inmediatamente por los cuadros operativos del nuevo grupo político que ascendió al poder y rápidamente fueron absorbidos por la intervención ideológica constante de los medios electrónicos de difusión como instituciones orgánicas para enlazar virtualmente al nuevo poder burocrático dominante con la ciudadanía que lo había elegido. De esta manera, debido a la enorme inexperience política con la que inició la gestión del gobierno del PAN, a la vulnerabilidad del nuevo grupo político en el poder estatal, a la gran necesidad del nuevo gobierno de lucir ante la población una imagen positiva, a la distracción de la sociedad que se centró en la victoria del proceso electoral coyuntural del 2000 y 2006, a la falta de contrapesos civiles para crear otro proyecto de cambio estructural y al gran poder ideológico, político y tecnológico acumulado por los concesionarios de los medios electrónicos, el tan esperado “gobierno del cambio” no supo negociar el nuevo pacto de gobernabilidad existente entre el gobierno y la *mediocracia*, con visión estadista experimentada, de mediano y largo plazo. A cambio de recibir el apoyo propagandístico del aparato mediático, el “gobierno del cambio” cedió rápidamente ante las presiones monopólicas y aceptó otorgar desmedidamente todas las condiciones extremas de privilegio y de ventajas unilaterales que demandaron los concesionarios de las *industrias culturales*, prioritariamente electrónicas, para expandirse y evolucionar de monopolios a oligopolios de la comunicación, de la cultura, del entretenimiento, de las telecomunicaciones y de la hegemonía ideológica.

En este sentido, después de ganar las elecciones presidenciales del 6 de julio del 2000 e iniciar el proceso de “transición pacífica hacia la democracia”, Vicente Fox Quesada decidió pactar con los grandes concesionarios de los medios electrónicos en el país una alianza más ventajosa que la que antaño había establecido durante muchos años el Partido Revolucionario Ins-



titucional con los empresarios de la comunicación. Así, contrariamente a lo que prometió en su campaña preelectoral –que transformaría radicalmente todas las instituciones que habían heredado del régimen priísta durante muchas décadas, especialmente la estructura desigual de la comunicación social–, paradójicamente, en pocos años, el presidente Fox las fortaleció desmesuradamente a un grado que nunca antes se había tenido.

De esta manera, el Poder Ejecutivo estableció un contubernio declarado con los grandes propietarios de la radio y la televisión consistente en darles todos los privilegios estructurales que desearan a cambio de que, en un primer momento, le promovieran masivamente ante la población una imagen exitosa, triunfadora y de renovación como gobernante que respaldara la acción de su nueva administración pública, pues no contaba con la suficiente experiencia y apoyos acumulados para resolver todas las graves contradicciones de gobernabilidad a la que se enfrentó su novel administración. Y, en un segundo momento, le permitieran utilizar en la siguiente contienda electoral federal la gran infraestructura comunicativa y propagandística del poder mediático privado para apoyar con gran superioridad al candidato del PAN, Felipe Calderón Hinojosa, a la presidencia de la República en el 2006.

En dicha fase de consolidación como *poderes fácticos salvajes*, la relación entre el Estado y los medios cambió sustancialmente y ya no siguió el tradicional pacto de complementariedad para la dominación establecido durante décadas anteriores –“¡Yo gobierno te doy, para que tú poder mediático me des!”–, sino que se replanteó como “¡Yo poder mediático autocrático he adquirido tanta fuerza político-ideológico-social, que obtengo por mi propio poder lo que deseo, sin darle nada al gobierno, ni negociando con él u otorgándole muy poco!”. Así, en este periodo los concesionarios avanzaron unilateralmente hasta donde quisieron practicando la siguiente estrategia de funcionamiento: lo que antes se negociaba bilateralmente entre Estado y concesionarios monopólicos, ahora los propietarios de las industrias culturales lo impusieron unilateralmente al Estado y a la sociedad.

Ejemplos de la consolidación de este periodo salvaje de la historia de la comunicación nacional fueron la anulación del pago del impuesto del 12.5% a la radio y la televisión, el 10 de octubre de 2002; la aceptación del *Acuerdo para la televisión digital* en el 2004; la aprobación, en sólo seis minutos, de la “Ley Televisa” en la Cámara de Diputados, en diciembre de 2005, sin ser discutida por los partidos políticos; el asentimiento del *Acuerdo de Conver-*

*gencia* en el 2006, la propuesta de la *Fórmula Combo* para la transición tecnológica de la radio que significó el regalo de una frecuencia de FM a los radiodifusores que previamente tuvieran una frecuencia de AM; la obtención en el 2007 por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes de diversos “canales espejo” hasta el 2021 para consolidar la convergencia tecnológica, sin pago alguno de contraprestación; la exención del pago de impuestos a los empresarios de las telecomunicaciones en el *Presupuesto Fiscal de la Federación* de 2009, la dispensa de pago de derechos a Televisa y a la compañía telefónica Nextel por el usufructo del espectro de la telefonía celular, un bien público propiedad de la nación (Villamil, 2010), la formación de la *telebancada* como grupo político para defender los intereses de los empresarios de la comunicación en la LXI Legislatura del Congreso de la Unión (Hernández, 2010:18-20); la realización de los referendos automáticos de las concesiones en 2010 contraviniendo la sentencia de la Suprema Corte de Justicia de la Nación sobre cómo debían otorgarse, etcétera.

La penetración de este poder oligopólico salvaje llegó a tales grados elevados de aplicación de su mega fuerza para subordinar al Estado-nación mexicano que, por ejemplo, en el 2010 logró conseguir que

[...] los legisladores le garantizan privilegios fiscales, que la Secretaría de Hacienda (SHCP) cabildeara a su favor, que la Comisión Federal de Competencia –órgano regulador de antimonopolios– simplemente ya no viera lo que para todos era un hecho –el predominio absoluto de Televisa en las concesiones–, que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) favoreciera que el consorcio se quedara con la banda de 1.7 Ghz, que la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) emitiera bases favorables para los intereses del consorcio, que la clase política quedara intimidada y desesperada por aparecer en la pantalla del monopolio para que no vetaran sus aspiraciones electorales, a cambio de contar con sus favores, y que un grupo de intelectuales lo apoyaran pretendiendo encontrarle –ahora sí– bondades a una compañía que siempre había actuado monopólicamente (Villamil, 2010).

La evolución gradual de esta realidad por las seis fases históricas anteriores permitió que paulatinamente se afanzara en la nación un gran modelo de comunicación colectivo privado concentrado, vertical, autoritario, monopólico, discrecional, con exceso de comercialización, con raquítrico o nulo servicio público, etcétera, que se convirtió en una eficiente arma empresarial para presionar a la clase política en cada sexenio de gobierno. Así,



con el apresurado avance de la revolución tecnológica y la creación de este modelo de comunicación colectivo los propietarios de los medios obtuvieron nuevas posiciones de influencia ante los gobiernos en turno y se transformaron de meros *poderes fácticos* en modernos *poderes fácticos salvajes*. Mediante ello, alcanzaron nuevos privilegios de fuerza nunca antes conquistados sobre el Estado, y a partir del gobierno del presidente Vicente Fox, el modelo mediático privado se fortaleció en grado mayúsculo provocándose un salto sustancial en el proceso histórico de maduración de la *Cuarta República Mediática*. A partir de este momento los poderes fácticos mediáticos cada vez menos pudieron ser controlados por el Estado-nación y rebasaron su autoridad e impusieron unilateralmente al Estado y al tejido social su proyecto de gobierno y usufructo de la colectividad, particularmente en el ámbito del imaginario comunicativo cultural (Trejo, 2004).

Dicho fenómeno llegó a alcanzar tales proporciones de consolidación real que, por ejemplo, en febrero de 2010, durante la discusión del *Proyecto de Reforma del Estado Mexicano* que envió el presidente Felipe Calderón Hinojosa al Congreso de la Unión, diversos actores políticos como el senador Carlos Navarrete, presidente del Senado; el senador Manlio Fabio Beltrones, director del Instituto Belisario Domínguez, y el senador Santiago Creel Miranda, ex secretario de Gobernación, declararon públicamente que

[...] en ese momento no existían condiciones para acotar a los poderes fácticos que prevalecían en el país, como eran los sindicatos y las televisoras. Tenemos la impresión de que ningún gobierno en las condiciones actuales tiene las fortalezas para enfrentarlos, porque los poderes fácticos juegan con el poder político, juegan con quien está en el gobierno, juegan con la oposición o enfrentan a los dos y se benefician de la división del Ejecutivo con el Congreso. Los monopolios y sindicatos están retando constantemente la vida institucional del país y solamente un gobierno de coalición fuerte, de grandes alianzas, podrá enfrentarlos. Este es el tema de temas. Por ello, la Reforma Política debería prever mecanismos que funcionen como diques para limitar los excesos y enfrentar a los poderes fácticos (“Apoyan a candidatos sin partido...”, 2010).

Por consiguiente, en este momento histórico los medios de difusión electrónicos se convirtieron en un poder soberbio, retador y golpista que actuó contra el Estado-nación y contra cualquier sector independiente que consideran un peligro para la expansión de sus intereses empresariales oligopó-

licos. Políticamente se erigieron como un *Estado mediático* dentro de la estructura del Estado constitucional de la *Tercera República Nacional*. Así, en los tiempos de la *mediocracia salvaje* se originaron los mayores desafíos de la *telecracia* contra el Estado, los poderes republicanos y la sociedad civil como nunca antes se habían gestado en toda la historia de la comunicación electrónica en México. En consecuencia, en dicho periodo se experimentó el mayor debilitamiento histórico comunicativo del Estado moderno y del proyecto cultural de las comunidades que se ha experimentado en todo el devenir nacional desde de la Revolución de 1910 a la fecha, y se fortaleció el modelo de la *Cuarta República Mediática* en México, que es el arquetipo que encabeza la dirección del futuro del país en el siglo XXI (Sánchez, 2010:193-221; Caballero, 2010:187-192).

En síntesis, la posición y función dominante que alcanzaron los medios de difusión colectivos como *poderes fácticos* hegemónicos en México en sus diversas fases históricas de evolución, no puede explicarse coherentemente sin la participación estratégica, activa y consciente que desempeñó la clase política nacional durante varias décadas en el país. Las bases del surgimiento de la *Cuarta República Mediática* se construyeron en acuerdo con la voluntad del sector político a lo largo del siglo XX, y con dicho apoyo se cimentaron a principios del siglo XXI para alumbrarla. En este sentido, aunque paradójicamente a principios del nuevo milenio la clase política protesta, crítica y se incomoda en “voz alta” por el alto margen de poder que ha acumulado la *mediocracia* en México, han sido la falta de honestidad, de autocrítica, de compromiso y de memoria histórica de ese sector político hegemónico con el bienestar de la nación y con la apertura de la comunicación nacional, los factores que les impiden reconocer que han sido ellos mismos un elemento definitivo para la conformación del fenómeno de desplazamiento gradual del Estado por el *aparato mediático* desde la segunda mitad del siglo XX y principios del XXI para dar origen a la *Cuarta República Mediática* en el país.

De esta forma, constatamos que si bien el Estado autorizó desde hace varias décadas el surgimiento y la acción regulada del *poder mediático* en el territorio nacional, con el paso del tiempo dicha fuerza se convirtió en una parte fundamental de la actual estructura del Estado moderno mexicano. Así, en la primera década del siglo XXI, la criatura mediática ya es mayor que el creador, pues el Estado que les dio vida a partir del otorgamiento de las concesiones y el fomento jurídico empresarial para su expansión,



ahora está subordinado, cada vez en mayor porcentaje, al poder ideológico político que ha concentrado el *aparato mediático*.

Es más, puede afirmarse que la paternidad de los *poderes fácticos comunicativos* en México sólo se puede comprender históricamente por el respaldo del comportamiento corrupto, cómplice y desobligado que durante muchos años practicó la clase política mexicana, permitiendo la incubación y expansión ideológica, tecnológica, política desmesurada de estos poderes monopólico-privado-comerciales, hasta que ya no los pudo controlar con las viejas reglas jurídicas de subordinación o de intercambio de “beneficios establecidos” en el viejo pacto político acordado entre el Estado y los concesionarios. Mientras tanto, los propietarios de los medios de difusión masivos se fortalecieron en grado extremo y se convirtieron en los cuervos que creó el mismo sistema de gobernabilidad del tradicional Estado mexicano que, a mediano plazo, le sacaron los ojos (Cuadro 1).

#### Cuadro 1

Fases de evolución por las que atravesó la consolidación del poder mediático electrónico en la historia del siglos XX y principios del XXI en México

##### FASE DE LA “NO POLÍTICA” (1920-1950)

*Características históricas del lugar estructural que alcanzaron.* Este periodo fue protagonizado exclusivamente por la presencia de la prensa y la radio, pues la televisión aún no surgía en el país. La radio se desarrolló en un marco donde los gobiernos posrevolucionarios impulsaron la intervención nacionalista del Estado en todos los ámbitos estratégicos para controlar el desarrollo de la nación. En dichos momentos el Estado rector instaló sus propias estaciones de radio, pero también facilitó sustancialmente que los particulares también establecieran las suyas bajo la modalidad de concesiones.

*Consecuencias históricas del poder mediático sobre la transformación del Estado y la sociedad mexicana.* La política de relación del gobierno con los radiodifusores se basó en la autorización de concesiones que el Estado otorgó a los empresarios privados para transmitir sus ondas hertzianas, permitiendo la explotación comercial moderada de las mismas. En dichos tiempos el Estado mantenía el control jurídico del usufructo lucrativo de la radio, estableciéndole ciertas limitantes estratégicas a la misma. Tal subordinación del poder radiofónico ante el Estado le sirvió a los empresarios de la radiodifusión para conservar una relación de intercambio simbiótico entre gobierno y capital comunicativo privado, que le fue útil como moneda de cambio político para obtener del gobierno diversos privilegios empresariales que le permitieron expandir sus empresas y acumular mayores tasas de ganancias.

continúa...

#### Cuadro 1

(continuación)

##### TIEMPO COMO INSTITUCIONES RELEVANTES DE SOCIALIZACIÓN CULTURAL (1950-1970)

*Características históricas del lugar estructural que alcanzaron.* Los medios de transmisión radiofónicos penetraron tecnológicamente de forma muy rápida y ágil la vida cotidiana de los ciudadanos y se convirtieron en instituciones de fuerte influencia mental y afectiva sobre los campos de conciencia de los individuos.

*Consecuencias históricas del poder mediático sobre la transformación del Estado y la sociedad mexicana.* Los medios de información colectivos iniciaron diversos procesos masivos de predominio ideológico que introdujeron en la vida cotidiana una nueva socialización subjetiva que rebasó todas las otras modalidades históricas de influjo mental que había experimentado la sociedad mexicana en fases anteriores de su evolución cultural. Con ello, la historia cultural de México después de la Revolución de 1910 se dividió en dos grandes etapas: antes y después de la presencia y operación de los medios de información colectiva.

##### ETAPA DEL CUARTO PODER (1970-1980)

*Características históricas del lugar estructural que alcanzaron.* Los canales electrónicos se expandieron en amplios espacios de acción social y construyeron diversas culturas masivas que atravesaron los gustos, mentalidades, ideologías, emocionalidades, comportamientos, etcétera, de grandes grupos sociales según fueron las características tecnológicas y discursivas específicas de cada uno de ellos. La televisión se convirtió en el centro de reunión de la familia mexicana.

*Consecuencias históricas del poder mediático sobre la transformación del Estado y la sociedad mexicana.* Las industrias culturales crearon un nuevo espacio público mediático y se convirtieron en contrapesos institucionales virtuales frente a los poderes constitucionales tradicionales durante muchas décadas. Mediante la fuerza concentrada, se mudaron en grupos de presión que coaccionaron fuertemente a los órganos de gobernabilidad que constituyeron al Estado mexicano tradicional para que se aceptaran unilateralmente sus intereses de expansión empresarial monopólica privada. Así, se transformaron en el *cuarto poder ideológico-político* desde el cual presionaron a los poderes republicanos del Estado-nación tradicional en México: Ejecutivo, Legislativo y Judicial.

continúa...



Cuadro 1  
(continuación)

---

CICLO DEL PRIMER PODER IDEOLÓGICO POLÍTICO  
O MEDIOCRACIA (1980-1990)

---

*Características históricas del lugar estructural que alcanzaron.* Las empresas de difusión masiva rebasaron las capacidades de socialización cultural de todos los aparatos de ideologización mental del Estado convencional (escuela, iglesia, partidos políticos, órganos culturales, casas de cultura, etcétera), y se colocaron en el vértice de la construcción del conocimiento masivo y del funcionamiento cultural cotidiano, particularmente en las ciudades. El conjunto de las instituciones sociales utilizaron a los medios de difusión colectiva para proyectarse en el nuevo espacio público mediático y realizar sus funciones institucionales tradicionales desde las mismas tecnologías culturales de masas.

*Consecuencias históricas del poder mediático sobre la transformación del Estado y la sociedad mexicana.* Los canales electrónicos generaron el principal frente hegemónico de valores, culturas y afectividades cotidianas que articularon a la sociedad nacional y edificaron sus propios modelos de desarrollo colectivo que fueron funcionales para la ampliación de su prototipo de crecimiento mediático concentrado. El Estado-nación gradualmente entró en una nueva fase histórica de reestructuración, competencia y sustitución de sus funciones orgánicas de gobernabilidad pública, ocasionada por el avance del poder virtual de los medios de información colectiva en el nuevo espacio público mediático.

---

PERIODO COMO PODERES FÁCTICOS (1990-2000)

---

*Características históricas del lugar estructural que alcanzaron.* Debido a los avances anteriores, las instituciones de información colectiva, especialmente los canales electrónicos, conquistaron una enorme concentración de poder informativo, epistemológico, ideológico, virtual, emocional, político, económico y movilizador, transformándose en los primeros poderes ideológicos que dirigen la conciencia de los ciudadanos.

continúa...

Cuadro 1  
(continuación)

---

PERIODO COMO PODERES FÁCTICOS (1990-2000)

---

*Consecuencias históricas del poder mediático sobre la transformación del Estado y la sociedad mexicana.* Las empresas comunicativas de la radiodifusión de masas se convirtieron en las instituciones dominantes del poder ideológico político moderno, que impusieron sus intereses particulares al Estado y a la sociedad, como si fueran las necesidades y los valores propios del proyecto aspiracional fidedigno de crecimiento del resto del conjunto social. Así, se transformaron en efectivos poderes fácticos mediáticos que presionaron al Estado y a la sociedad contemporánea mexicana. En esta fase histórica el Estado-nación todavía contó con algunos mecanismos y recursos limitados para subordinar parcialmente a los poderes fácticos mediáticos a los lineamientos que fijó el mandato de la Constitución mexicana.

---

ESTADIO COMO PODERES FÁCTICOS SALVAJES  
(2000 EN ADELANTE...)

---

*Características históricas del lugar estructural que alcanzaron.* Los medios electrónicos de difusión social alcanzan su mayor realización monopólica y controlaron todos los principales eslabones del proceso de comunicación colectiva de la sociedad moderna.

*Consecuencias históricas del poder mediático sobre la transformación del Estado y la sociedad mexicana.* La estructura de los sistemas privados comerciales de comunicación colectiva alcanzaron tal mega acumulación de fuerza ideológico-política que les permitió practicar sobre el Estado y la sociedad un comportamiento amenazante, prepotente, desigual e impune como empresas privado-comerciales que operaron con libertinaje institucional sin contrapesos efectivos frente al poder estatal y comunitario. En términos operativos de conducción del proceso de la gobernabilidad, la fuerza del Estado y de la sociedad civil ya no lograron regular el grado de poder autónomo conquistado por las industrias culturales para someterlas al mandato constitucional y al interés colectivo. Éstas operaron, cada vez más, fuera de la regulación jurídico-político-constitucional como poderes fácticos salvajes, subordinando el proyecto global de desarrollo nacional a sus intereses oligopólicos privados de carácter económico, político y cultural. Ejemplo de ello fue la presión del poder mediático hacia los poderes Legislativo y Ejecutivo para que aprobaran en el Congreso de la Unión la "Ley Televisa" en el 2006.



## LOS PODERES FÁCTICOS COMUNICATIVOS Y LA MUTACIÓN DE LA TERCERA REPÚBLICA NACIONAL

Con las fuertes transformaciones de las mediaciones tecnológico-informativas que se dieron al interior de la sociedad mexicana durante el siglo XX y principios del XXI –especialmente con la aprobación de la “Ley Televisa” y la reedición de las posteriores mini “Leyes 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 en el ámbito nacional, mediante el reconocimiento de los nuevos derechos civiles y la creación de modernas instituciones públicas–, en la etapa del 2000 en adelante se pasó al triunfo de la pragmatidad de los *sentimientos del mercado desregulado* en el ámbito comunicativo, regidos por la *mano invisible* de la ley de la libre oferta y demanda de los monopolios informativos. Dichos oligopolios comunicativos lo que pretendieron fue la consolidación del modelo de mercado como regla básica para vivir, relacionarnos, comunicarnos y ver la vida en comunidad. En el fondo, 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 soberano en el terreno comunicativo para sobrevivir.

Fue un *poder fáctico mediático* que provino de los empresarios de la comunicación electrónica, que en sus orígenes actuaron como empresas aisladas y, posteriormente –en la medida en que maduraron y se expandieron en el país–, se integraron sistemáticamente como gremio monopólico empresarial en la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT). Desde este frente gerencial presionaron al Estado tradicional transformando su estructura para crear la *Cuarta República Mediática* en México que impulsó su proyecto de comunicación privado-comercial y de intereses oligopólicos sobre el *campo público* de la sociedad en general.

En este sentido, las primeras tres repúblicas nacionales se gestaron por las necesidades históricas consensuadas de la mayoría nacional para darle forma estructural equilibrada al proceso de gobernabilidad social en México 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 el país. En cambio, a diferencia de los anteriores procesos históricos, la *Cuarta República Mediática* no surgió por el reconocimiento constitucional o formal de la misma por el sector

jurídico del Estado, sino que emergió por la introducción de la fuerte revolución tecnológica en el terreno comunicativo del país, por la formación de los monopolios de la comunicación electrónica, por la concentración de grandes cuotas de poder de las industrias culturales en el ámbito comunicacional, por la incapacidad del Estado mexicano de poner bajo un orden jurídico justo a los *poderes mediáticos salvajes*, por la necesidad unilateral de la ampliación de los requerimientos del mercado –a escala ampliada– en la esfera ideológica de nuestra sociedad y, finalmente, por la derrota del Estado-nación en el terreno comunicativo. Con todo ello, la *Cuarta República Mediática* cimentó su poder a partir de la apropiación, la concentración y el secuestro privatizado del *espectro radioeléctrico* nacional para crear desde ahí su monopolio ideológico que le dio enorme fuerza y expansión política y económica sobre el gobierno y la comunidad nacional.

La creación de la *Cuarta República Mediática* no fue un avance democrático para la sociedad mexicana, 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. Las tres primeras repúblicas nacionales surgieron históricamente para generar la concordia y la unidad del país alrededor de un nuevo consenso histórico para favorecer la igualdad social y contar con un proyecto de desarrollo incluyente: establecer mayor justicia colectiva, crear ciudadanos, permitir la defensa de los intereses básicos de las comunidades, formar democracia, fortalecer al Estado, etcétera, desde la filosofía de los “Sentimientos de la nación”. En cambio, la *Cuarta República Mediática* nació desde los parámetros pragmático comerciales de la modernidad empresarial de los “sentimientos del mercado”, como una realidad privatizadora del *espacio público* para competir con los poderes republicanos del Estado-nación: crear consumidores y no ciudadanos, crear monopolios y no competencia, imponer sus intereses particulares sin considerar las necesidades de sobrevivencia de la mayoría de la población, crear identidades globalizadas discriminando las pluriculturalidades locales, disputar el patrimonio de la nación sin generar distribución de la riqueza interna, etcétera.

Así, en la realidad cotidiana de principios del siglo XXI, el tradicional Estado-nación –edificado con un alto costo social mediante largos procesos históricos de emancipación política como la Independencia y la Revolución Mexicana en los siglos XVIII, XIX y XX– ya desapareció en México. Contrariamente a los discursos oficiales de la burocracia gubernamental, que sostienen que el Estado republicano sigue existiendo de forma pura en



el país, en términos concretos desde finales del siglo XX y principios del XXI, la nueva República real que se construye en México ya no es la del federalismo ni la de la ciudadanía, tampoco lo es la de la división de poderes públicos ni la de una mayor democracia, sino que es la de la *Cuarta República Mediática*: gobernabilidad creciente de los concesionarios de los medios de difusión colectiva –especialmente de la *Telecracia*, de la *Radio- cracia* y de sus aliados políticos– sobre la mayoría de la población mexicana para disputarse la riqueza de la nación.

Ahora existe un nuevo fenómeno mixturado del Estado contemporáneo, ocasionado por la convivencia simultánea de los tres poderes republicanos tradicionales, junto con el gran *poder mediático* que ha logrado un avance altamente significativo en el ámbito público y desde el cual le ha peleado al Estado convencional el ejercicio de sus funciones tradicionales de gobernabilidad republicana.

Con la emergencia del fenómeno de la *Cuarta República Mediática*, 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 un gigantesco retroceso histórico. Dicha nueva república no se edificó con base en el espíritu originario del Estado-nación que inspiraron la formación de las anteriores tres repúblicas históricas –como procesos de independencia frente a los poderes despóticos que gobernaban hace siglos– sino que esta última emergió desde las pasiones perversas y voraces que impulsó la dinámica de la *mano invisible del mercado comunicativo* autorregulado o desregulado de las *industrias culturales* monopólicas, que impulsaron los parámetros de la posmodernidad económica y política nacional. Según la filosofía del mercado, dentro de este nuevo marco histórico, ser comunicativamente posmoderno es darle total margen de acción a los medios de difusión electrónicos para que actúen sin restricciones en el *espacio público* y poder realizar sin obstáculos su programa de acumulación económica y de dirección político-ideológica de la sociedad.

El proyecto de la *Cuarta República Mediática* se acentuó notablemente con la introducción del modelo de desarrollo neoliberal en el país que adelgazó, debilitó o borró al Estado soberano de su posición rectora, ello facilitó que el *poder mediático* se consolidara alrededor del proyecto de mercado desbocado y gradualmente sustituyera el del Estado-nación.

En esta nueva etapa histórica de transformación del Estado tradicional es importante resaltar que aunque el fenómeno del *Estado ampliado* también se dio con severas restricciones a través de los medios de difusión de

servicio público no se ocasionó el retroceso del Estado, pues al funcionar como medios de gobierno, lo que provocaron fue la ampliación burocrático funcional de las tareas que debía ejercer dicha instancia rectora del conjunto social. Sin embargo, su acción no fue suficientemente sustantiva como para compensar el desplazamiento ideológico político que gestaron las industrias mediáticas comerciales privadas sobre la estructura del Estado convencional en México.

En este sentido, en el proceso de conformación de la *Cuarta República Mediática*, los medios de información de Estado o servicio público no han tenido un lugar relevante para contrarrestar dicho fenómeno de mutación histórica de la estructura del poder, pues debido a su anarquía de funcionamiento político-cultural, al abandono en el que los colocó la clase política, a su falta de adopción del modelo de comunicación de servicio público, al vacío jurídico de su marco normativo, etcétera, estos mediadores no han podido actuar compensatoriamente contra el impacto de los medios comerciales privados para evitar dicha realidad de retroceso histórico. Por ello, la personalidad de la *Cuarta República Mediática* en México fue creada y definida esencialmente por el aparato de comunicación mediático comercial privado en la República y no por la fuerza cultural de los medios de difusión de servicio público que no alcanzaron a madurar con su proyecto como medios de Estado.

Esta situación ocasionó que el modelo de comunicación comercial derivado de las industrias mediáticas privadas se impusiera como el prototipo de comunicación dominante global para el resto de la sociedad moderna a finales del siglo XX y principios del XXI en el país.

Sin embargo, pese a la acción cotidiana de este vigoroso fenómeno mediático moderno, paradójicamente como sociedad “avanzada” todavía no hemos sido capaces de entender, de explicar, de describir, de nombrar y de ubicar con claridad histórica dicho fenómeno para saber con precisión en qué punto del mapa del tiempo de la evolución de la recomposición del poder público nacional nos encontramos como país en los albores del tercer milenio, y repensar qué debemos hacer políticamente para recobrar los hilos de la nacionalidad, de la democracia, de la justicia y de la paz social cada vez más diluida en el país. Por consiguiente, en el siglo XXI en México queda pendiente construir el proyecto de rescate o respaldo comunicativo del Estado-nación desde el otro modelo de comunicación social construido por los medios de difusión de servicio público, los nuevos fenómenos de interacción comunicativa que han introducido la presencia de internet, y



los modelos de comunicación alternativa de la sociedad civil que podrán introducir otra interrelación participativa entre emisor y receptor, elemento estratégico para erigir una nueva sociedad: la de la comunicación activa y no la simple sociedad consumidora de la información.

#### LA HERENCIA DE LA CUARTA REPÚBLICA MEDIÁTICA SOBRE LA RECOMPOSICIÓN DEL ESTADO-NACIÓN

Con la maduración histórica del fenómeno de la *Cuarta República Mediática* en México, el proceso de gobernabilidad nacional evolucionó sustantivamente de un territorio antiguo de acción burocrática a otro territorio nuevo de intervención mediática, pues permitió que la política ya no sólo se realizara en los espacios tradicionales donde se ejecutaba la política convencional como los partidos políticos, los grupos de presión, la sociedad civil, el gobierno, las organizaciones empresariales, etcétera, y facilitó que la política se trasladara a los nuevos espacios modernos de la gobernanza mediática. Permitió que la nueva la política y la dirección nacional se realizara con velocidad y fuerza predominantemente desde el espacio moderno de los medios de difusión colectiva, aunque este fenómeno aún no fuera reconocido por la teoría política con toda profundidad y amplitud.

La instalación cotidiana de la *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 de nuestra historia nacional e incorporó una mentalidad masiva privado-comercial y unidimensional de la vida funcional para el proyecto de acumulación económica a escala nacional y transnacional.

Así, el impacto de la presencia de la *Cuarta República Mediática* a partir de la concentración privatizada del *espectro radioeléctrico*, llegó a ser tan sustantiva sobre la estructura de la *Tercera República Nacional* posrevolucionaria que, a partir de su consolidación institucional, ya no se construyó más nación en la sociedad mexicana, sino más modelo de sociedad de mercado desregulado sin control. Ya no se respaldaron las funciones de los poderes autónomos y soberanos del Estado-nación, sino 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 *espectro electrónico* colectivo para beneficio de los

monopolios de la información. Ya no se organizó una emocionalidad que *impulsara* los sentimientos de la “patria”, sino nuevos afectos coyunturales para que operara 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 adquirentes. 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 respaldó 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, la manipulación y la 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, etcétera. En una idea, ya no se crearon cimientos para madurar la nación soberana, sino condiciones políticas e ideológicas para la disputa por la nación.

En síntesis, ya no se propició el fortalecimiento del Estado mexicano desde la concepción fundacional del Estado-nación-República con la filosofía de los *Sentimientos de la Nación*, sino la subordinación de éste a las necesidades del mercado salvaje para desnaturalizarlo y debilitarlo en su misión rectora del proceso comunicativo de las comunidades, para convertirlo en una simple agencia burocrática administradora y protectora de los intereses comunicativos de los enormes monopolios mediáticos para disputarse la riqueza del país.

De esta manera, en el marco de la *Tercera República Nacional*—fundada al concluir el triunfo de la Revolución Mexicana— sin haber llegado a su etapa de maduración histórica, pues a principios del periodo del 2000 ésta apenas se encontraba en la fase de construcción del federalismo y del fortalecimiento real de la división efectiva de cada uno de los convencionales tres poderes constitucionales de la Unión, la *Cuarta República Mediática* surgió en el último tercio del siglo XX y a principios del XXI. Dicha nueva república se caracterizó por organizar cotidianamente y dirigir ideológica-



mente al conjunto social desde las industrias electrónicas comerciales privadas y no desde los otros poderes públicos. Es decir, emergió como un nuevo macro poder ideológico-político-económico independiente que interviene significativa y crecientemente en la dinámica por la lucha de la estructuración, la conducción, el reparto y la explotación de la nación.

A partir de esa fase histórica, los medios de información colectiva –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 tercer milenio: con la acción de los poderes *fácticos mediáticos* en el campo público se dio un retroceso histórico de grandes dimensiones en el proceso de construcción del Estado-nación mexicano y emergió un nuevo tipo de Estado híbrido que es necesario reconceptualizar para entender en qué punto de la evolución de la construcción del poder nacional se encuentra la sociedad mexicana de comienzos del nuevo milenio.

Mientras que durante el siglo XX el Estado mexicano populista y autoritario cuidó celosamente –mediante la corporativización de las centrales obreras, la seducción de los intelectuales disidentes, el control de los brotes de insurrección campesina, la manipulación de las movilizaciones populares, la canalización de las protestas estudiantiles, la cooptación de los descontentos burocráticos, incluso la represión de los movimientos populares, etcétera– que las redes de su poder tradicional no se debilitaran, paradójicamente 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 en nuestro país. Así, paralelamente al tejido de poder corporativo que construyó durante más de 70 años el Partido Revolucionario Institucional para gobernar a la sociedad mexicana, 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*.

A partir de estas transformaciones en la etapa de la modernidad nacional, el *poder mediático* ya no está subordinado al gobierno, sino que ahora, cada vez más, es un poder crecientemente autocrático que creó un micro Estado mediático dentro de la estructura del Estado-nación que ha llegado a subordinar al poder político republicano tradicional. Así, si de las décadas de 1950 a 1980 los medios de información colectiva estuvieron sometidos

al gobierno en turno –al grado que la radio y la televisión fueron los “soldados del presidente”–, de 1980 a la fecha los medios paulatinamente se convirtieron en *poderes fácticos salvajes* que presionaron severamente al Estado mexicano al grado que el presidente, sus funcionarios y los poderes públicos republicanos, ahora son “los soldados de los poderes mediáticos”. Metafóricamente podemos decir que durante el siglo XX la televisión empezó siendo un departamento de “Los Pinos” (Casa presidencial donde reside el Poder Ejecutivo), pero al iniciar el tercer milenio “Los Pinos” se convirtieron en un departamento de las empresas de televisión en México por las órdenes y directrices que recibe del *poder mediático* monopólico. Un ejemplo de esta realidad lo encontramos en el proceso político de las elecciones federales del 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 la cobertura y penetración de estas empresas mediáticas apoyaran la difusión de su propaganda electoral a favor de sus candidatos en contienda: su racionalidad de subordinación estatal fue la mentalidad “¡Sin el apoyo de Televisa y Televisión Azteca no podemos ganar las elecciones!”.

Con la emergencia de la *Cuarta Republica Mediática* en México, a partir de la incorporación de los medios electrónicos de difusión colectiva en la estructura de conformación básica del Estado mexicano, éste se transformó y degeneró sustancialmente para adquirir paulatinamente los rasgos de un *Estado mediático*, que es el que opera cotidianamente en la fase de la modernidad nacional y se caracteriza por gobernar más desde los recursos de los poderes simbólicos de la virtualidad comunicativa –que reconstruyen cotidianamente el conocimiento masivo de la realidad–, que a partir del logro de 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 en México, y ya no fundamentalmente desde el Estado político que se preocupa por solucionar los problemas reales de lo público y los resuelve con la práctica de la verdadera política que busca soluciones de fondo para los conflictos concretos.

Por lo anterior, a principios del siglo XXI el poder de los medios dejó de ser una simple variable de presión aislada sobre el Estado mexicano y de reconducción mental y anímica de las comunidades nacionales, para convertirse ahora en un *poder fáctico* que forma parte de la columna verte-



bral de las nuevas estructuras constitutivas de poder para estructurar ideológica y políticamente de forma cotidiana al Estado, a la República y a la sociedad mexicana —especialmente en las grandes ciudades. Entramos en una nueva fase histórica nacional que nos llevó a vivir cotidianamente bajo el imperio del nuevo poder informal de los medios de difusión colectivos, donde su *fuerza fáctica* compite permanentemente con el desempeño y las funciones de los otros tres poderes constitucionales del Estado mexicano (Ejecutivo, Legislativo y Judicial), hasta llegar, en ocasiones, al grado de minimizarlos, subordinarlos o disputar con ellos su centralidad, sus funciones 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 comerciales privados de la información y sus negocios anexos.

#### PARTICULARIDADES DE LA CUARTA REPÚBLICA MEDIÁTICA EN MÉXICO

No obstante la existencia contundente de la *Cuarta República Mediática* en México, han prevalecido diversas resistencias mentales que desconocen o niegan la existencia de la transformación del Estado-nación en el país bajo dicha perspectiva mediática. Sin embargo, aunque no se reconozca este fenómeno histórico por los diversos sectores del poder tradicional o incluso por los sectores de “pensamiento avanzado”, la consolidación creciente e imparable de este moderno *Poder Mediático* cuestiona o replantea la vieja concepción de estructuración tripartita del Estado mexicano del siglo XX compuesta por los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial. Por ello, la evolución de la rotunda realidad mediática contemporánea nos obliga a repensar necesariamente el entendimiento, la conformación, la definición jurídica, la centralidad, la fuerza, la legitimidad, la autoridad, las acciones, la eficacia, las prácticas, los límites, las transformaciones, las crisis, etcétera, del Estado contemporáneo; en pocas palabras, su esencia histórica.

Ahora es necesario elaborar una nueva teoría del Estado moderno mexicano a partir 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 a principios del siglo XXI ya no sólo es una simple estructura jurídico-formal que se

elaboró con las diversas constituciones nacionales derivadas de los procesos políticos emancipadores de los últimos 200 años de la historia de México, sino que ahora es una nueva estructura híbrida mediático-institucional que se ha transformado por la presencia de las tecnologías de comunicación y sus formas político-administrativas de organizarse.

De ahí la gran importancia que significa actualmente revalorar y rescatar las contribuciones que pueden aportar al análisis social y a la teoría del Estado los estudios de la comunicación colectiva, especialmente en nuestro país, pues a partir de las reflexiones fragmentadas que se han desarrollado a lo largo de muchas décadas sobre los diversos ángulos de esta realidad, al sistematizarlas y reinterpretarlas bajo una nueva perspectiva totalizadora de la economía política, nos permiten repensar y enriquecer la teoría del poder y del Estado en México. Aunque en términos generales esta avanzada teoría sobre la nueva rectoría del conjunto social aún no está elaborada por ningún sector intelectual, el progreso de estos análisis especializados acerca de la comunicación social y sus nuevos fenómenos interactivos derivados, nos permiten entender que la esfera del poder contemporáneo tradicional se ha transformado automática y paralelamente al ritmo de introducción y evolución de cada una de las diversas tecnologías de información colectiva que se han incorporado en nuestro territorio, dando origen a nuevos casos de ampliación de la sociedad y del poder que modificaron las estructuras anteriores del mismo, especialmente del Estado-nación.

En otras palabras, el Estado tiene como función esencial dirigir e integrar como instancia rectora a la sociedad en un mismo proyecto de desarrollo global equilibrado que genere justicia y estabilidad colectiva. Sin embargo, los medios de difusión masiva, especialmente electrónicos, también tienen la capacidad de integrar y dirigir cotidianamente a la sociedad mediante otro proyecto privado comercial; por consiguiente, es claro que también *de facto*, los medios de difusión colectiva desempeñan las funciones propias de éste y, por lo tanto, también forman parte sustancial del Estado real que opera en la vida cotidiana, sea o no reconocida —teórica u oficialmente— esta realidad por los ideólogos de la teoría política contemporánea.

En este sentido —y partiendo de la dinámica real de la construcción del poder nacional que señala que el verdadero poder lo detenta la entidad que impone una dirección, rectoría o hegemonía sobre el resto de la sociedad y no desde la tradicional concepción formal, tautológica o doctrinaria del poder que define desde sí misma de manera limitada y formalista los poderes que componen al Estado convencional en México—, podemos decir que



en la primera década del siglo XXI, debido a la gran capacidad de poder que de manera realista han alcanzado los medios de difusión colectiva para conformar y movilizar diariamente a la sociedad mexicana, éstos ya conforman *de hecho* parte de los poderes reales del nuevo Estado mexicano.

En el proceso de reconocimiento de esta reciente realidad histórica tenemos que considerar que así como las sociedades domestican a los individuos por los mitos y las ideas que difunden, las cuales a su vez domestican las comunidades y los sujetos, las personas también podemos al mismo tiempo domesticar recíprocamente las ideas que controlan a la sociedad y que nos controlan. Las ideas existen por y para el hombre, pero el hombre también existe por y para las ideas. Por lo tanto, necesitamos civilizar nuestros sistemas de explicaciones, creando una nueva generación de teorías abiertas, racionales, críticas, reflexivas, autocríticas y aptas para auto reformarnos (Morin, 1999:10-12).

Por ello, en la fase de evolución histórica en la que se encuentra la sociedad mexicana en la primera década del siglo XXI, es indispensable replantear conceptual, política y prácticamente las realidades que conforman la estructura del Estado mexicano, pues no podemos seguir arrastrando la visión mítica de la teoría del Estado posrevolucionario de principios del siglo XX que lo definió desde la concepción de la doctrina jurídica tradicional de la República tripartita y no desde los factores obvios de fuerza que experimenta la nueva reestructuración del poder moderno que surgió a finales del siglo XX y comienzos del tercer milenio, particularmente con la fuerte acción de los *poderes fácticos mediáticos*. Hoy estamos ante una nueva fase de transfiguración de la historia de los poderes rectores que actúan diariamente en la sociedad mexicana, que para entenderlos y conducirlos bajo la filosofía del bien común, estamos obligados a reconcebir la visión “naturista” del Estado mexicano del siglo XX para armarla nuevamente desde los nuevos elementos del poderío mediático que por la fuerza se han instalado como *poderes fácticos* en la esfera del poder público nacional.

En consecuencia, desde el punto de vista epistemológico, 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, ocasionado especialmente por la acción de la mediocracia; segundo, aceptar que estamos en una nueva etapa descontrolada de evolución de la estructura del poder nacional, por los *poderes fácticos mediáticos*; tercero, generar una nueva forma teórica de definirlo, nombrarlo y reexplicarlo

históricamente para entender de qué clase de realidad se trata, hacia dónde evoluciona y qué consecuencias introduce; cuarto, recuestionar la concepción del viejo paradigma sobre el “Estado mexicano formal” que todavía conserva el universo de conocimientos tradicionales de las ciencias jurídicas, sociales, políticas y de la comunicación, para que acepten los límites de sus miradas disciplinares convencionales y se abran a nuevas concepciones elementales de recomposición del poder, a partir de la evolución que ha tenido en la vida cotidiana contemporánea; quinto, producir una nueva teoría conceptual del Estado, del poder colectivo y del *espacio público* actual que recupere todo el peso determinante que ha alcanzado la presencia del *poder mediático* contemporáneo en la estructuración del Estado moderno; y sexto, crear los instrumentos jurídicos y los procesos políticos adecuados para ubicar esa nueva macro fuerza mediática bajo la voluntad de la soberanía nacional y no dejarla a su libre autodinámica de comportamiento salvaje que atenta contra la esencia del Estado-nación construido desde la filosofía de la Constitución Mexicana de 1917 y de sus respectivos movimientos sociales libertarios.

Desde esta perspectiva se puede afirmar que a partir de la expansión y centralidad sustantiva que adquirió la fuerza del nuevo *poder mediático* en el México de principios del siglo XXI, con las nuevas funciones y capacidades de imposición de fuerza y dirección que ejerce dicho poder, los verdaderos secretarios de Estado ya no son los ministros designados por el poder presidencial formal tradicional, sino que ahora lo son los propietarios de los medios de información. 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, ahora son los comentaristas de los medios de información colectiva. Los verdaderos legisladores ya no son los diputados y senadores del Congreso de la Unión, sino que ahora son los actores mediáticos. Los verdaderos generales ya no son los elegidos por el Ejército Mexicano, sino que ahora son los directores de información de las cadenas de medios de difusión. Las verdaderas aulas ya no son las escuelas de la Secretaría de Educación Pública, sino son las pantallas de televisión y los diales radiales, con sus respectivos currículums electrónicos. La verdadera legitimidad cotidiana ya no la construye el gobierno tradicional, sino que ahora la teje el consenso que generan los aparatos mediáticos, etcétera.

De esta manera, la primera década del siglo XXI en México no fue sólo un periodo de avance del narcotráfico en todo el territorio nacional, de un



agudo deterioro ecológico en todo el país, de una fuerte limitación de la capacidad productiva nacional, de un agotamiento de biocombustibles que nos obligó a pasar del uso del petróleo al empleo del etanol (“México debe prepararse para producir etanol”, 2007:22), del peor colapso del campo mexicano (“Enfrenta el campo mexicano la peor crisis de su historia”, 2007:12), de una drástica recesión económica, de la migración de cientos de connacionales al norte del continente, etcétera; sino también fue la etapa histórica de una profunda crisis de la relación existente entre el Estado, los medios de información colectiva y la sociedad. Crisis de vinculación estructural que silenciosamente frente a nuestros ojos rebasó el proyecto del Estado-nación construido por la Constitución de 1917, y que a principios del nuevo milenio ha generado un nuevo tipo de Estado híbrido contrario al espíritu de la Carta Magna que nos integra de forma mediática distinta como comunidad nacional.

El mosaico de esta realidad acumulada refleja la presencia real del *Estado mexicano fallido* en el ámbito de la difusión e interacción colectivas, pues éste no ha sido capaz históricamente de crear un nuevo proyecto de comunicación y de interrelación ciudadana que fortalezca las bases filosófico-morales de la nación; sino permitió que se desarrollara prioritariamente el proyecto de transmisión masiva mercantil, funcional para la expansión del gran capital y de la estructura de poder correlativo que lo protege.

Si uno de los grandes frutos de los movimientos emancipadores de la Independencia y la Revolución fue la edificación de un Estado-nación mexicano fuerte —que se caracterizó por ser una nueva entidad de poder soberano que se enfrentó a las fuerzas imperiales colonizantes que dominaron a los habitantes del país durante muchas décadas y por atender con justicia reivindicadora las necesidades fundamentales del crecimiento de la población—, esa conquista histórica progresivamente se ha desvanecido. Ahora, en el ambiente de la conmemoración de las revoluciones centenarias, contrariamente a la propaganda del discurso oficial que proclama la existencia de un Estado maduro, justo, eficiente, sólido y democrático, los indicadores de la cruda realidad confirman que en los inicios del siglo XXI contamos con un Estado-nación más desdibujado, debilitado y subordinado que, cada vez menos, puede darle dirección democrática a la sociedad mexicana con base en los postulados de justicia, igualdad, equilibrio, oportunidades y paz social —que fueran las banderas de los movimientos liberadores anteriores.

En este sentido, si a principios de los siglos XIX y XX empezamos el desarrollo comunitario del país con un Estado mexicano fuerte que pudo lu-

char contra los *poderes fácticos* que amenazaban su esencia rectora en tales periodos de la historia nacional, 200 años después celebramos la Independencia y la Revolución con la presencia de un Estado endeble que cuenta con poca voluntad, capacidad y visión para enfrentar a los *poderes fácticos*, especialmente de naturaleza mediática, que lo debilitan o desdibujan, imponiendo otro proyecto de nación distinto al que formula el espíritu de la Constitución Mexicana de 1917.

### ¿QUÉ HACER?

Frente al proceso de profunda transformación histórica que ha experimentado el Estado mexicano tradicional en los últimos 200 años, es necesario que la sociedad civil y la clase política visionaria le arrebatén política y jurídicamente a la dinámica desbocada del mercado comunicativo el poder creciente que ha conquistado en las últimas décadas sobre la soberanía estatal y creen las condiciones de otro equilibrio hegemónico que le devuelva al Estado de la *Tercera República Nacional* los fundamentos de soberanía y de exclusividad rectora que le son propios para regular equilibradamente el proceso de desarrollo nacional, particularmente comunicativo.

Si no se modifica de fondo dicho viejo modelo de comunicación de masas, y únicamente se maquilla superficialmente para presentarse como una institución evolucionada y moderna, en las próximas décadas se continuará difundiendo más cultura salvaje, con su respectivo triunfo de la *cultura idióta* en la nación. Ello impedirá generar una cultura y comunicación sustentables que nos permitan adquirir suficiente conciencia grupal clara sobre los principales desafíos de nuestra agenda nacional para contribuir a resolverlos y sobrevivir equilibradamente en el siglo XXI en nuestra República.

Por dicha razón, ahora es necesario repensar qué hacer en términos políticos para crear otro proyecto colectivo de comunicación social que rescaté las bases esenciales de la Constitución Política Mexicana, para nivelar democráticamente la dinámica de la comunicación social en el país y recobrar los hilos de la gobernabilidad del Estado-nación mexicano que se han extraviado o degenerado en las últimas décadas, particularmente por la intervención del *poder mediático* en el terreno de *lo público*.

En el proceso de transición política a la democracia es necesario que los grupos civiles repensemos qué hacer en términos políticos para crear otro proyecto colectivo de democratización de la comunicación social que per-



mita que los medios de información se orienten fundamentalmente hacia el desarrollo de nuestra conciencia colectiva para resolver nuestros conflictos de crecimiento, pues la dinámica de monopolización y de globalización mundial nos lleva a la creación de un nuevo orden cultural que modifica los contenidos y las fronteras ideológicas del Estado nacional, sin atender las necesidades prioritarias del crecimiento interno de los grandes grupos sociales. De no efectuarse esta nueva política de comunicación, el alma cultural de nuestra sociedad correrá el gran riesgo de quedar sepultada por los novedosos espejismos que introduce de la modernidad y sus derivados simbólicos parasitarios de esta nueva fase del desarrollo de la sociedad capitalista local e internacional.

Históricamente, la realización de este proceso no debe retrasarse, pues ya ha esperado más de 50 años para alcanzar su vida y de no efectuarse ahora en el ambiente de la frágil democracia incipiente y la raquílica pluralidad ideológica que hemos construido en el país, el viejo autoritarismo disfrazado de “renovador” volverá a resurgir en el horizonte político, con sus graves vicios tradicionales de autoritarismo, verticalidad, discrecionalidad, hermetismo, desinformación, mercantilismo y descontextualización de la comunicación, impidiendo la transición de nuestra sociedad a la democracia participativa.

Al iniciar el siglo XXI políticamente es insostenible que se vuelva a repetir la historia permanente en materia de comunicación colectiva cuando la clase política afirma que “no le encuentra la cuadratura al círculo” para reformar el viejo modelo dominante de comunicación nacional y, en consecuencia, prefiere no actuar aceptando que sea la lógica del mercado comunicativo desbordado la que gobierne el crecimiento de la sociedad. Por ello, después del despertar democrático de la sociedad mexicana el 2 de julio del 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 la acumulación de los signos de cambio urgente y desesperado del *México profundo* que se manifiestan constantemente en la vida cotidiana de la sociedad mexicana de principios del nuevo milenio, la comunidad mexicana espera la firme respuesta del Poder Legislativo en materia de comunicación colectiva para evitar los desbordamientos sociales que van en acelerado aumento y lograr la transición pacífica a la democracia nacional. Comunicativamente, la nación ya no aguanta más. Por ello, hoy se requiere

la urgente creación de un nuevo proyecto de comunicación colectiva que dé salidas comunicativas incluyentes a la sociedad mexicana.

Es necesario contemplar que de no efectuarse tales cambios, en términos de conciencia masiva, el tercer milenio mexicano no emergerá con nuevas transformaciones en los procesos de comunicación social, sino que volverá a funcionar con el viejo espíritu opaco, discrecional, cerrado, vertical, viciado y autoritario, monopólico, despótico, etcétera, que caracterizó el desarrollo del modelo de comunicación de mercado que dominó en las últimas décadas del siglo XX en México. En tales circunstancias, de nuevo surgirá el proyecto de comunicación del *México bronco*, cuyo marginamiento y obstrucción provocó múltiples reacciones sociales que ensangrentaron diversos periodos anteriores de la historia nacional.

Por ello es importante efectuar una radical Reforma del Estado en materia de información y cultura colectiva que permita que el funcionamiento público de las *industrias culturales electrónicas* se encuentre ética y jurídicamente normado por una nueva legislación republicana que rescate el espíritu del México profundo que formula la Constitución Mexicana en materia de comunicación social, y no sólo por las caprichosas dinámicas de las leyes de la *mano invisible* o de las lógicas del darwinismo social del mercado autorregulado que ha introducido el proceso de la globalización del capitalismo contemporáneo en su fase de expansión planetaria.

Para lo cual es necesario que en los inicios del nuevo milenio la sociedad civil realice como mínimo las siguientes dos estrategias políticas para intentar superar la herencia comunicativa de retroceso político y humano que se ha incorporado al país en los últimos años: primero, se requiere que los ciudadanos exijan firmemente a los diversos partidos políticos representados en el Congreso de la Unión, que legislen con justicia, pluralidad, transparencia y democracia la operación de dichos medios de comunicación electrónicos para que se comporten como instrumentos que impulsen el desarrollo nacional y no refuercen el estancamiento social; segundo, que el Congreso de la Unión asuma ética y responsablemente su enorme responsabilidad de reaccionar, propositivamente, ante tales retrocesos históricos para elaborar una nueva Ley Federal de Radio, Televisión y de Telecomunicaciones que, por una parte, establezca un nuevo pacto histórico de interrelación equilibrada entre el Estado, los concesionarios y la sociedad para el uso democrático de los medios de difusión colectivos en el país y, por otra, que reconozca los derechos comunicativos de los ciudadanos, atendiendo las demandas comunicativas que la sociedad mexicana ha expuesto a los



poderes públicos desde la mitad del siglo XX y sistemáticamente han sido desconocidas, abandonadas o reprimidas por la clase política en el poder. De otra forma, en plena modernidad, la transición pacífica a la democracia no avanzará y este lastre continuará siendo una causa estratégica del retroceso histórico estructural de la nación en las próximas décadas.

Debemos reconocer que la Reforma del Estado en materia de comunicación no es un cambio jurídico más que hay que realizar para modernizar al Estado mexicano, sino que por su naturaleza vertebral —que cruza todos los ámbitos de la vida comunitaria cotidiana— se convierte en el fundamento central que le da vida a la sociedad. En consecuencia, es la reforma más importante de la sociedad mexicana de principios del siglo XXI, pues será a partir de esta renovación como se determinarán las vías que modificarán o no los procesos para construir la conciencia colectiva nacional de principios del tercer milenio.

Del tipo de transformación que se opere sobre los actuales marcos normativos que definen el papel y la responsabilidad social de la radio y la televisión en el país, dependerá que se edifiquen las bases políticas, sociales y culturales para generar una nueva conciencia colectiva que permita lograr el avance de la sociedad mexicana hacia nuevas fases de desarrollo, o se continúe actualizando el viejo “modelo de información colectiva para los jodidos” que ha penetrado durante más de 50 años en el tejido cultural nacional y blinda la expansión del fenómeno de la *Cuarta República Mediática* en el país con su consecuente herencia de decadencia política, mental, social y espiritual en el nuevo siglo mexicano.

Por lo tanto, si no se realizan estos cuestionamientos —y se ejecutan con severidad tales acciones de cambio estructural del proceso de comunicación social—, encontraremos que en plena fase de *modernización y apertura* nacional se habrán modificado las estructuras económicas, políticas, jurídicas, financieras, laborales, energéticas, tecnológicas, etcétera de nuestra sociedad, pero en el fondo no se habrán transformado las estructuras mentales profundas que, en última instancia, son las bases centrales que sostienen y le dan vida a nuestra nación. Bajo estas circunstancias, la sociedad mexicana estará avanzando con los “ojos vendados” por un precipicio mental muy peligroso y dentro de algunos años veremos y sufriremos las consecuencias devastadoras que habrá dejado sobre nuestras conciencias, comportamientos e instituciones colectivas la presencia de la lógica del mercado salvaje en el terreno cultural y espiritual de nuestro país.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alva de la Selva, Alma Rosa (2007), “La relación Estado-medios: del Estado fuerte al ascenso del poder mediático”, Foro *México en el mundo actual*, mesa: “La relación del Estado con los medios de comunicación”, La Jornada/Casa Lamm, México, julio, versión fotocopiada.
- Caballero Pedraza, Virgilio Dante (2004), “Los medios en el lodazal: ¿el poder del poder?”, *Los Periodistas*, Fraternidad de Reporteros de México, México, abril.
- (2009), “La ‘Ley Televisa’: sometimiento del Estado y enajenación del territorio”, en *La “Ley Televisa” y la lucha por el poder en México*, Javier Esteinou Madrid y Alma Rosa Alva de la Selva (coords.), UAM-Xochimilco/Fundación Friedrich Ebert/Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México/Senado de la República/Coneicc/AMIC/Amedi/Cencos/FMB, Colección Teoría y Análisis, México, 2009, pp. 187-192.
- Casar, María Amparo (2009), “Poderes fácticos”, *Nexos*, México, 1 de abril [www.nexos.com].
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, McGraw-Hill, México, 2007.
- Corral Jurado, Javier (2002), “Pluralidad acceso y competencia”, *Los medios electrónicos en el marco de la reforma del Estado en México*, VIII Legislatura, Cámara de Diputados/UIA/Fundación Konrad Adenauer/UNESCO/UAM-Xochimilco, Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), México [http://www.cddhcu.gob.mx/servddd/versest/2ano/comisiones/rtc-3.htm].
- (2006), “Se requiere de una verdadera clase política para reformar la Ley de Medios: JCJ”, *Las reformas a las leyes de Radio, Televisión y Telecomunicaciones frente a la sociedad de la información y del conocimiento*, UIA, UAM/Prende [www.senadorcorral.org].
- Esteinou Madrid, Javier (1989), *Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana*, Programa Cultural de las Fronteras y Fundación Manuel Buendía, México.
- (2000), “Globalización, medios de comunicación y cultura en México a principios del siglo XXI”, *Ámbitos*, Revista Andaluza de Comunicación, núm. 5, Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación, Departamento de Periodismo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Sevilla [http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos.htm].
- (2004), “Los medios de información como centros hegemónicos”, *Argumentos. Estudios críticos de la sociedad*, núm. 43, UAM-Xochimilco, México [http://argumentos.xoc.uam.mx].



- Esteinou Madrid, Javier (2004), "El primer poder", *Etcétera*, núm. 42, "Una ventana al mundo de los medios", nueva época, año III, Análisis, Ediciones y Cultura, México, abril [www.etcetera.com.mx].
- Hernández Gómez, Jaime (2010), "Telebancada busca criminalizar a radios comunitarias", *Zócalo*, núm. 119, Comunicación Política y Sociedad, México, enero [www.revistazocalo.blogspot.com].
- Jellinek, Georg (2004), "Teoría general del Estado", Colección Política y Derecho, Fondo de Cultura Económica, México.
- Martín Barbero, Jesús (2001), "Medios: olvidos y desmemorias", *Etcétera*, núm. 42, "Una ventana al mundo de los medios", México.
- Martín Serrano, Manuel (2004), *La producción social de la comunicación*, Colección Ciencias Sociales, Alianza Editorial, Madrid.
- Martínez Álvarez, Jesús Emilio (2004), "Discurso de posicionamiento del Partido Verde Ecologista de México (PVEM)", *Cuarto Informe de Gobierno del Presidente Vicente Fox Quesada*, Primer periodo de sesiones del segundo año de ejercicio de la LIX Legislatura, Palacio Legislativo, México, 1 de septiembre, versión estenográfica.
- Morelos y Pavón, José María (2001), *Los sentimientos de la nación*, Documentos para la historia, LVIII Legislatura, Diario de Debates, Cámara de Diputados, México.
- Morin, Edgar (1999), *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*, UNESCO (traducción: Mercedes Vallejo Gómez), París.
- Nuestras constituciones. Documentos mexicanos* (2000), Museo Legislativo: "Los Sentimientos de la Nación", LVIII Legislatura, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México, 2000.
- Ortega Ramírez, Carmen Patricia (2006), "La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública", UAM-Xochimilco/Etcétera, México.
- Sánchez Ruiz, Enrique (2009), "Poderes fácticos y gobernabilidad autoritaria. La 'Ley Televisa' como estudio de caso", en *La "Ley Televisa" y la lucha por el poder en México*, Javier Esteinou Madrid y Alma Rosa Alva de la Selva (coords.), UAM-Xochimilco/Fundación Friedrich Ebert/Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México/Senado de la República/Coneicc/AMIC/Amedi/Cencos/FMB, Colección Teoría y Análisis, México, 2009, pp. 193-221.
- "Todo el poder", (2004), *Proceso*, Semanario de Información y Análisis, núm. 1433, México, 18 de abril.
- Trejo Delarbre, Raúl (2004), *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*, Cal y Arena, México.
- (2004), "La espiral del estruendo. La sociedad como coartada", conferencia presentada en la mesa "Opinión pública y gobernabilidad", Séptima Conferencia Internacional: *La relación sociedad/medios en el marco de la reforma del*

- Estado en México*, Senado de la República, LIX Legislatura, México, 27 al 28 de mayo.
- Vázquez Mota, Josefina (2005), "Simposio: Sociedad civil y medios de comunicación. El despertar del receptor", Secretaría de Desarrollo Social, Gobierno de México, Centro Mexicano de Filantropía (Cemefi), México, 8 y 9 de noviembre, versión estenográfica.
- Velázquez Briceño, Ernesto (2006), *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*, Red de Radiodifusoras Educativas y Culturales de México, México, 5 de febrero.
- Villamil, Jenaro (2010), "Televisa, monopolio subsidiado", *Proceso*, Semanario de Información y Análisis, núm. 1738, México, 21 de febrero [www.proceso.com.mx].

## HEMEROGRAFÍA

- Alemán, Ricardo (2006), "Congreso vulnerado", *El Universal*, México, 2 de marzo.
- "Apoyan a candidatos sin partidos. No hay condiciones para acotar poderes fácticos" (2010), *El Universal*, México, 10 de febrero.
- Corral Jurado, Javier (2003), "Mediocracia sin mediaciones", Columna Rotafolio, *El Universal*, 20 de enero.
- "Enfrenta el campo mexicano la peor crisis de su historia" (2007), *El Financiero*, México, 2 de mayo.
- "México debe prepararse para producir etanol" (2007), *El Financiero*, México, 2 de mayo.
- "Quintana Roo, tierra fértil para los biocombustibles" (2007), *El Financiero*, México, 2 de mayo.
- "Senadores del PAN discuten cambios a la ley de radio y televisión" (2006), *El Universal*, México, 26 de enero.



*La comunicación social y la reconstrucción  
de la nación mexicana*, núm. 2 de Pensar el futuro de México.  
Colección Conmemorativa de las Revoluciones Centenarias,  
se terminó de imprimir el 7 de mayo de 2010,  
la producción estuvo al cuidado de mc editores,  
Selva 53-204, colonia Insurgentes Cuiculco, 04530,  
México, Distrito Federal, 2650 3422 y 5665 7163,  
mceditores@hotmail.com. La edición consta de  
1 000 ejemplares más sobrantes para reposición.