

---

Anuario

---

de Investigación

---

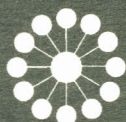
de la Comunicación

---

CONEICC

**IX**

FRANCISCO DE JESÚS ACEVES GONZÁLEZ  
Editor



CONEICC  
Consejo Nacional para  
la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación

## COMITÉ EDITORIAL

Francisco de Jesús Aceves González (Universidad de Guadalajara), Alma Rosa Alva de la Selva (Universidad Nacional Autónoma de México), Jorge Calles Santillana (Universidad de las Américas-Puebla), María de la Luz Casas Pérez (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey-Campus Morelos), José Luis Cerdán Díaz (Universidad Veracruzana), José Cisneros (Universidad de las Américas-Puebla), Inés Cornejo Portugal (Universidad Iberoamericana), Sarah Corona Berkin (Universidad de Guadalajara), Delia Covi Druetta (Universidad Nacional Autónoma de México), Javier Esteinou Madrid (Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco), Raúl Fuentes Navarro (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente), Edgar Gómez Cruz (Universidad de Colima), Héctor Gómez Vargas (Universidad Iberoamericana-Campus León), Enrique Guinsberg (Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco), Francisco Hernández Lomelí (Universidad de Guadalajara), Armando Martín Ibarra López (Universidad de Guadalajara), Patricia Maldonado Reynoso (Universidad Nacional Autónoma de México), Rossana Reguillo Cruz (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente), Enrique E. Sánchez Ruiz (Universidad de Guadalajara), Raul Trejo Delarbre (Universidad Nacional Autónoma de México), Armando Zacarías (Universidad de Guadalajara).

Asistente del editor: Luis Fernando Sánchez Murillo

Primera edición, 2002

© CONEICC, A.C.  
Rosario Castellanos 2324  
Col. Country Sol, 4º sector  
6714, Guadalupe, N.L.

[www.coneicc.org.mx](http://www.coneicc.org.mx)

**ISBN 968-7846-29-1**

Impreso y hecho en México  
*Printed and made in Mexico*

# Índice

- 
- 5      Introducción  
**Francisco de Jesús Aceves González**
- 
- 9      La identidad nacional a debate en el contexto  
de la modernidad-posmodernidad  
**María de la Luz Casas Pérez**
- 
- 37     Políticas de representación. Poder y antropología  
de la comunicación  
**Rossana Reguillo**
- 
- 55     Realidad y ficción sobre los medios  
en nuestro mundo neoliberal  
**Enrique Guinsberg**
- 
- 77     Reforma del Estado mexicano y apertura comunicativa  
**Javier Esteinou Madrid**
- 
- 101    La comunicación política en México:  
propuestas para su análisis  
**Luis Razgado Flores**
- 
- 133    De la construcción de las agendas a la centralidad  
mediática del espacio público  
**Francisco de Jesús Aceves González**
- 
- 151    Las nuevas necesidades de la comunicación  
política en México  
**Elías Aguilar García**
- 
- 173    Diálogos entre dos re-establecimientos  
teóricos-metodológicos: las propuestas de  
John B. Thompson y Klaus B. Jensen  
**David González Hernández**
- 
- 195    El estudio de las audiencias. Una revisión  
de las aproximaciones europea y estadounidense  
**Gabriela Pedroza Villarreal**
- 
- 209    Aproximaciones a los sentidos políticos  
de los estudios de recepción  
**Jorge Calles Santillana**

- 221 Qué y cómo se ve televisión en México:  
oferta y consumo en tres áreas metropolitanas  
**Juan Enrique Huerta Wong y Aída Cerda Cristerna**
- 247 Producción de conocimiento y formación de investigadores  
**Gabriela de la Torre Escoto y Raúl Fuentes Navarro**
- 271 Espacio, ciberespacio e hiperespacio:  
nuevas configuraciones para leer la comunicación  
mediada por computadora  
**Edgar Gómez**
- 287 El entorno tecnocultural y la interacción comunicativa.  
Desafíos e interrogantes  
**María Concepción Lara Mireles**
- 301 ¿Se puede pensar a la radio como un objeto  
socioantropológico?  
**Rosalía Winocur**
- 323 Racionalidad limitada y efectos perversos.  
Ensayo sobre el origen de la televisión en México  
**Francisco Hernández Lomelí**
- 347 Para una propuesta de análisis del discurso  
de los derechos humanos en la prensa escrita  
durante el zedillismo  
**Tanius Karam**
- 377 Medios, imagen corporal y género  
**Elsie McPhail Fangerlang**
- 407 Género, cuerpo y amor: un acercamiento  
a sus formas discursivas y sociales  
**Genaro Aguirre Aguilar**
- 423 La representación del rol femenino  
en la música de traficantes de drogas  
**Anajilda Mondaca Cota**

## RESEÑAS

- 445 Apuntes para una historia de la radio indigenista en México  
**Florence Toussaint**
- 448 Historias de la televisión en América Latina  
**Daniel Medina Jackson**

# *Reforma del Estado mexicano y apertura comunicativa*

Javier Esteinou Madrid<sup>1</sup>

## Los medios de información colectivos como centro del poder contemporáneo

**C**on las nuevas capacidades tecnológicas que han conquistado los medios de información en México a lo largo del siglo XX —como son su amplia cobertura informativa, su gran penetración mental, su rápida capacidad de difusión, su enorme versatilidad semiótica, su gran perfeccionamiento técnico, etcétera—, éstos se han convertido en el centro del poder contemporáneo de nuestra nación. En este sentido, de haber sido instrumentos de difusión relevantes en México en 1920 y de convertirse en el cuarto poder político a partir de 1960, como corresponsales del poder, en la década de los años noventa se transformaron en el vértice del poder actual. Es decir, ya no sólo son instituciones importantes o el cuarto poder, sino que ahora son “el primer poder” que existe en nuestra sociedad.

Así, las ágiles potencialidades avanzadas de las nuevas tecnologías de información para producir, difundir e internalizar datos y sentidos sobre nuestras conciencias, han modificado las reglas y dinámicas tradicionales con las que nuestra sociedad antaño se articulaba, organizaba y participaba colectivamente. Con ello, se ha producido un profundo cambio en la jerarquía de poderes que conforman el esqueleto del poder y de la movilización cotidiana de nuestra sociedad, donde los medios de información ahora son el centro del poder.

Este creciente poder de los medios sobre la comunidad y los individuos ha creado, cada vez más, una sociedad mediática que ha producido una nueva

---

1. Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. Correo electrónico: [jesteinou@prodigy.net.mx](mailto:jesteinou@prodigy.net.mx).

atmósfera cultural colectiva de naturaleza “comunicósfera”, la cual ha ocasionado que el conjunto de las principales instituciones de gobernabilidad ahora funcionen a distancia, por intermediación de los canales de información, especialmente electrónicos, y las nuevas tecnologías de información. La expansión de esta realidad mediática ha modificado la estructura y frontera del Estado mexicano y de la cultura nacional creando un nuevo tejido en la esfera del poder que ha dado origen al Estado mexicano ampliado. Así, observamos el surgimiento de la tele-administración pública, el tele-deporte, la tele-política, la tele-banca, la tele-oración, la tele-medicina, la tele-venta, la tele-diversión, la radio asistencia psíquico-emocional, la radio orientación vial, la radio iglesia, la radio orientación sexual, etcétera.

Con ello, el funcionamiento de los medios ha atravesado la operación práctica de todas las instituciones sociales básicas para la dirección del país, al grado que ha sustituido, en algunos periodos, o reubicado, en otros, a los órganos de administración social más débiles o que están en crisis de funcionamiento y legitimación. Por ejemplo, ante la baja de credibilidad de la población en los partidos políticos, los órganos públicos y la Iglesia, la capacidad persuasiva y seductora de los medios ha construido nuevas credibilidades y hegemonías basadas en estrategias de mercado a partir del *rating*.

Así, a diferencia de los siglos anteriores, con la revolución informática las nuevas características con que los medios de información han transformado los procesos para producir, difundir e inculcar la información han convertido al siglo XX en un siglo corto, pues se han reducido los tiempos de conocimiento de la realidad y las distancias de interacción entre los hombres.

De esta forma, derivado de lo anterior se puede afirmar que en la actualidad no existen vehículos más eficaces para transmitir la información colectiva a la sociedad que la radio y la televisión. Estos medios, de suyo neutrales como tecnologías, transportan los mensajes fundamentales que moldean la personalidad de los mexicanos. Así, las aspiraciones del pueblo, los anhelos del país que queremos ser y la visión del mundo y de la vida, se construyen en la nación lenta, cotidiana y eficazmente a través del contenido de la programación de los sistemas de comunicación colectivos.

Por lo tanto, ya no ha sido el discurso político, ni la acción de los representantes populares, y ni siquiera la prensa tradicional, lo que ha permitido a los mexicanos tener una visión cotidiana de sí mismos y del futuro de nuestra nación. En la actualidad, son las redes de televisoras y radiodifusoras las que acceden permanentemente a la mente de los mexicanos y los informan, o los deseducan, sobre la conducta que deben adoptar en la sociedad contemporánea.<sup>2</sup>

2. Labra, Armando (1989), “Prólogo”, en *La legislación mexicana en radio y televisión*, México, DF, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (col. Ensayos), página 7.

En este sentido, podemos decir que en el espacio de relación simbólica que permanentemente producen los aparatos cotidianos de comunicación entre emisores y colectividades, es donde diariamente se construye o destruye mental y afectivamente al Estado y a la sociedad mexicana. Por consiguiente, podemos afirmar que en la sociedad mexicana de la década del 2000 las batallas políticas o sociales se ganan o pierden, cada vez más, en los medios de comunicación colectivos y no en otras áreas de las contiendas sociales.

De esta forma, la construcción o destrucción de la realidad masiva cotidiana, es decir, de lo que existe o no existe, de lo que es bueno o es malo, de lo que hay que recordar o hay que olvidar, de lo que es importante o no, de lo que es verdad o es mentira, de lo que son valores o antivalores, de lo que es la opinión pública o de lo que no es, de lo que es virtuoso o no, de lo que hay que hablar o hay que silenciar, de lo que hay que admirar o rechazar, de lo que es el éxito o el fracaso, etc., se elabora, cada vez más —especialmente en las grandes ciudades— desde los medios colectivos de difusión. Así, el peso de los canales de información masiva es tan acentuado sobre la conformación mental de la sociedad que podemos decir que la realidad no son los medios de información, pero los medios contribuyen sustancialmente a construir la realidad central que reconoce la mayoría de la población. No son la política, pero hoy en día no se puede hacer política sin la acción persuasiva de los sistemas de información colectivos. No son el aparato jurídico, pero actualmente los medios se han convertido en los “tribunales electrónicos” que linchan o absuelven a las figuras públicas antes de que el Estado recurra a los procesos constitucionales de oficio. No son los partidos políticos pero producen el mayor caudillismo electrónico que toda la capacidad proselitista directa que realizan las organizaciones políticas. No son la economía, pero ninguna economía contemporánea puede funcionar sin la cultura de consumo que producen los medios de información, vía su práctica publicitaria. No son la memoria del país, pero hoy en día la agenda del recuerdo social cotidiana se construye progresivamente desde los medios de difusión de masas, etcétera.

En pocas palabras: a partir de las grandes capacidades persuasivas que han conquistado los medios sobre los campos de conciencia de los auditorios, las verdades e ideologías mediáticas sustituyen, cada vez más, al resto de las verdades sociales, incluyendo a las jurídicas, éticas y morales.

Esta asombrosa expansión tecnológico-material de los medios de información ha creado, a finales del siglo XX, una sociedad mexicana altamente mediatizada en sus procesos colectivos de interacción masiva por las tecnologías de información. De aquí la importancia central de efectuar una profunda reforma del Estado en materia de comunicación y cultura colectiva que permita que el funcionamiento público de las industrias culturales se encuentre ética y responsablemente orientado y supervisado por el Estado y la sociedad civil mexicana.

## Control y participación en los medios de comunicación

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

De esta forma, la naturaleza social de los medios de comunicación ha quedado determinada, desde un principio, por la presencia de un fuerte contexto económico y político que ha condicionado herméticamente el uso social de los mismos por otros sectores más amplios que no sean los propietarios o representantes del gran capital interno y transnacional en el país. Esta situación ha alcanzado su mayor esplendor en el caso de la televisión mexicana, tanto pública como privada, pues es el medio que más ha llegado a ser monopolizado por el poder nacional, al grado de que vía éste se ha construido otro proyecto cultural contrario al proyecto de los grandes grupos que sostienen nuestra nación.

Así, observamos que no obstante que en la actualidad la sociedad mexicana ya ha llegado a alcanzar los 100 millones de habitantes, y pese a que, en última instancia, los grupos básicos que sostienen a nuestra nación son los que financian el funcionamiento de la televisión, confirmamos que la mayor parte de estos sectores básicos no tienen acceso a participar dentro de este medio de comunicación para exponer colectivamente sus necesidades e incorporarse a los procesos de gestión pública del país a través de esta tecnología cultural. En este sentido, constatamos, por ejemplo, que las organizaciones campesinas, los sindicatos, los partidos políticos, los numerosos grupos indígenas, los movimientos ecologistas, los sectores magisteriales, los organismos no gubernamentales, las iglesias, los productores agropecuarios, los transportistas, los grupos de amas de casas, las asociaciones de padres de familia, los grupos de colonos, los estudiantes, los profesionistas, etc., no disponen de espacios en el espectro electromagnético para plantear y discutir sus problemáticas particulares. Debido a que no se ha permitido la participación de los grandes grupos en los medios electrónicos, particularmente en la televisión, tanto pública

como privada, estas instituciones continúan desvinculadas del análisis sistemático de los grandes obstáculos que impiden nuestro desarrollo nacional y de la difusión constante de las posibles alternativas de solución para cada rama de nuestro crecimiento interno. Por ello, podemos decir que los medios electrónicos, y especialmente la televisión, funcionan como cerebros colectivos divorciados de las necesidades de nuestro cuerpo social, porque mientras vivimos cotidianamente una profunda crisis socioeconómica, que está por convertirse en severo conflicto político, la televisión nos orienta a pensar, prioritariamente, en el triple eje cultural del consumo, los deportes y las ideologías del espectáculo; y sólo ocasionalmente nos conduce a reflexionar y sentir los problemas centrales de nuestra sociedad. Es decir: la problemática nacional no pasa sustantivamente por los medios electrónicos, lo cual ha provocado la existencia de un modelo de funcionamiento esquizofrénico entre lo que difunde e inculca la programación televisiva y las necesidades o realidades que viven cotidianamente los grupos mayoritarios de la sociedad mexicana. De esta forma, podemos afirmar que, como en un acto de magia que se lleva a cabo ante los ojos de todos y el estupor de unos cuantos, desde hace tres décadas a la fecha, los medios electrónicos y particularmente la televisión continúan realizando la hazaña verdaderamente fantástica de ocultarle su país a los mexicanos.<sup>3</sup> En síntesis, podemos decir que al funcionar como primer poder los medios han construido por décadas un modelo dominante de comunicación que se ha caracterizado por ser vertical, hermético a la sociedad civil, autoritario, por dar voz y participación a una minoría, y silencio y marginación a la mayoría social.

## Los tiempos oficiales y la participación social

Dentro de este marco de inequidades históricas de participación social en los medios de información, el Estado mexicano abrió un pequeño espacio de participación colectiva en los mismos a partir de aceptar legalmente la existencia de tiempos oficiales. Así, por una parte, a partir del texto de la Ley Federal de Radio y Televisión del 19 de enero de 1960 se señaló en el título IV, artículo 59, que:

[...] las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal

3. Conceptos del licenciado Virgilio Caballero Pedraza, Director General del Canal de Televisión del Congreso, agosto del 2000.

señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión.<sup>4</sup>

Complementariamente a esto en el título V, artículo 90, se indicó que:

[...] se crea un organismo dependiente de la Secretaría de Gobernación denominado Consejo Nacional de Radio y Televisión, integrado por un representante de dicha Secretaría que fungirá como Presidente, uno de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, otro de la Secretaría de Educación Pública, otro de la Secretaría de Salubridad y Asistencia, dos de la Industria de Radio y Televisión y dos de los trabajadores.<sup>5</sup>

Por otro lado, el 1 de julio de 1969 se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* el acuerdo administrativo por el cual el Poder Ejecutivo, representado por el Presidente Díaz Ordaz, aprobó en la Ley de Ingresos de Federación:

[...] la existencia de un impuesto especial del 12.5% a las empresas que funcionen al amparo de concesiones federales para el uso de bienes del dominio directo de la nación, en los casos en que la actividad haya sido considerada de interés público por la ley.<sup>6</sup>

El Estado mexicano permitió que dicho impuesto a los medios electrónicos se pagara en especie, con uso de tiempo en los mismos.<sup>7</sup> Así, el contribuyente cumplía poniendo a disposición del Estado 12.5% del tiempo de su programación, no acumulable, ni diferible.<sup>8</sup>

Sin embargo, no obstante la existencia oficial de dichos espacios informativos para la participación ciudadana:

4. *Ley Federal de Radio y Televisión y su Reglamento* (2000), México, DF, Comisión de Radio Televisión y Cinematografía, LVII Legislatura, H. Cámara de Diputados, junio, pp. 28 y 29.
5. *Ley Federal de Radio y Televisión y su Reglamento* (2000), México, DF, Comisión de Radio Televisión y Cinematografía, LVII Legislatura, H. Cámara de Diputados, junio, pp. 36 y 37.
6. Granados Chapa, Miguel Ángel (2000), "Doce y medio por ciento", columna Plaza Pública, *Reforma*, México, DF, 9 de noviembre, p. 7-A.
7. Fernández Christlieb, Fátima (1997), "Los nuevos tiempos fiscales y legales: una responsabilidad compartida entre Estado y sociedad", en Zamarripa, José G. (comp.), *Hacia la normatividad de los medios de comunicación*, México, DF, Grupo Parlamentario del PRD, Cámara de Diputados, LVI Legislatura, Congreso de la Unión, p. 153.
8. Granados Chapa, Miguel Ángel (2000), "Doce y medio por ciento", columna Plaza Pública, *Reforma*, México, DF, 9 de noviembre, p. 7-A.

[...] en los hechos nunca se usó la totalidad de ese tiempo. Cuando más fue utilizado, en la época del presidente Luis Echeverría, apenas se cubría un 30 % del total. En los sexenios recientes esa disposición ha quedado reducida a casi nada. Y aún así, en las elecciones presidenciales de junio del 2000, la Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) negó al Instituto Federal Electoral (IFE) colocar sus mensajes en ese tiempo. En contraste, las campañas publicitarias gubernamentales se pagan al mismo tiempo que se desperdicia el tiempo fiscal.<sup>9</sup>

En los pocos casos en que se han empleado, estos espacios del Estado han sido utilizados básicamente para la promoción de las necesidades burocráticas o políticas de los gobiernos y funcionarios en turno, con distribución discrecional de los mismos, y no para la intervención de las comunidades. Es decir, históricamente el Estado mexicano no ha aceptado poner al servicio de la sociedad los tiempos oficiales, por el contrario: cuando los ha empleado, ha sido orientándolos al fortalecimiento del proyecto del sistema unipartidista del Partido Revolucionario Institucional (PRI) que duró 7 décadas en México.

Como remate a este esquema hermético, a principios del nuevo gobierno panista de transición del presidente Vicente Fox, la Cámara de la Industria de Radio y Televisión:

[...] se aprestó a combatir el tiempo fiscal hasta suprimirlo [...] argumentando que el impuesto es confiscatorio y por lo tanto inconstitucional. Quizas no tenga necesidad de hacerlo, pues la ley que le da origen es refrendada anualmente, por su naturaleza tributaria. Bastaría con que en diciembre próximo ya no se la incluya en la miscelánea fiscal para que este impuesto se eliminara.<sup>10</sup>

## Comunicación social y reforma del Estado mexicano

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

9. Ídem.

10. Ídem.



Cuando más, el Estado Mexicano delimitó a nivel constitucional una vaga normatividad para la operación de estos medios, pero sin actualizarla respecto a los grandes desafíos tecnológicos, políticos y sociales de la sociedad mexicana de finales del siglo XX. Esto colocó internacionalmente a México como “uno de los siete países con el marco jurídico más atrasado en materia de comunicación, sólo equiparable a Libia, Irak, Katar y Cuba; y por debajo de naciones como Paraguay, Colombia y Guatemala.”<sup>11</sup>

Por ejemplo, la Ley de Imprenta data de 1917 y fue promulgada por el entonces presidente Venustiano Carranza, en un marco de conflicto social posrevolucionario, por tanto conlleva un espíritu represivo hacia la libertad de expresión. Por otra parte, pese a que la radio empezó a funcionar desde la década de los años treinta y la televisión desde los años cincuenta, la Ley Federal de Radio y Televisión no se creó sino hasta el 19 de enero de 1960, durante el gobierno del presidente Adolfo López Mateos, y quedó marcada por el vicio de la discrecionalidad política, especialmente presidencial, para ejercer los procesos informativos. De igual forma, el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica Relativo al Contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión, no se promulgan sino hasta el 4 de abril de 1973.

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

Dentro de este marco histórico, con el fin de intentar actualizar dicha normatividad y modernizar la reforma del Estado en materia de comunicación social, de 1994 a 2000 el gobierno y algunos sectores de la dirigencia privada mexicana en turno organizaron —en diversos momentos— distintas consultas públicas y acuerdos políticos sobre comunicación y cultura. El surgimiento de todos estos espacios de participación social permitió la exposición pública de múltiples diagnósticos y propuestas, provenientes de todos los sectores sociales, para la transformación del programa de comunicación y cultura del Estado mexicano. Así, a lo largo de la celebración de los eventos públicos nacionales para la discusión del proyecto de comunicación colectiva del país, se presentaron en conjunto más de 15,349 diagnósticos y propuestas —de todos los sectores de la sociedad civil, política, gubernamental, empresarial y estatal— para la transformación del Estado, en materia de información colectiva.

11. “México, entre los siete países con las leyes más atrasada en materia de comunicación” (1998), en *El Financiero*, 24 de abril.

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

En relación con el uso de los tiempos oficiales se plantearon múltiples propuestas, dentro de las cuales destacaron por su carácter reiterativo —con mucho énfasis—, los siguientes aspectos:<sup>12</sup>

1. Es conveniente aprovechar los tiempos del Estado para permitir que se garantice el derecho a la información consagrado en los artículos 6º y 7º constitucionales.

2. Mediante la utilización de los tiempos del Estado se deben crear canales abiertos de participación que propicien la existencia de un proceso de comunicación municipal, estatal y federal entre el gobierno y la sociedad.

3. Para cumplir con su misión democrática, es necesario que el Estado garantice la participación de la sociedad civil dentro de los tiempos oficiales.

4. Es necesario reglamentar y reestructurar el uso y distribución de los 30 minutos diarios de que dispone el Estado (tiempo oficial), de manera que éstos sean utilizados real y efectivamente por los distintos grupos, organizaciones civiles, instituciones educativas y culturales de nuestra sociedad, así como por los tres niveles de gobierno: federal, estatal y municipal.

5. Que el tiempo fiscal (12.5%) sea pagado en efectivo, se descentralice y aproveche mediante convenios en los horarios preferenciales, por ejemplo: triple A.

6. El tiempo oficial (12.5%) debe ser usado por organizaciones civiles y no sólo para campañas gubernamentales o de partidos políticos.

7. Los tiempos oficiales deben crear espacios que garanticen permanentemente el derecho de réplica de la población en los canales de difusión.

8. Tradicionalmente, los tiempos oficiales del Estado han sido distribuidos de manera discrecional por la Secretaría de Gobernación, a través del Consejo Nacional de Radio y Televisión, lo que se ha traducido en la promo-

12. Comisión Especial de Comunicación Social, LVI Legislatura, H. Cámara de Diputados (1995), *Consulta Pública en Materia de Comunicación Social. Primera etapa: relatoría de foros regionales de consulta (versión preliminar)*, México, DF, 25 de octubre, pp. 73-224.

ción de figuras políticas del sistema o en apoyo a los proyectos burocráticos del gobierno en turno.

9. El tiempo oficial que le corresponde al Estado se ha desperdiciado sistemáticamente, a lo largo de varios años, con lo cual se pierden impuestos y espacios de presencia estatal.<sup>10</sup> La población discapacitada debe tener acceso preferencial dentro de los tiempos del Estado.

Sin embargo, pese a esta enorme cantidad de participaciones ciudadanas para intentar transformar el sistema de comunicación nacional, se demostró que los diagnósticos, las demandas e iniciativas fundamentales de políticas de comunicación —especialmente sobre los tiempos oficiales—, que ha presentado la sociedad mexicana para la transformación del Estado nacional, vía los foros, los seminarios y las consultas Públicas, fueron negados, menospreciados, desconocidos y marginados por la esfera del poder. Con ello, una vez más, volvió a surgir la profunda desilusión y desencanto de la sociedad civil respecto a que los espacios de “apertura” que creó el Estado sean los conductos viables para la transformación de los medios de comunicación nacionales.

No obstante esta gran tendencia cancelatoria del gobierno sobre los planteamientos civiles en materia de comunicación, se observó que de todo el cúmulo de propuestas presentadas por la sociedad mexicana en los múltiples foros abiertos de consulta pública, la única iniciativa que parcialmente prosperó, y con muchísimos obstáculos, fue la propuesta de Ley Federal de Comunicación Social y el Proyecto de Ley Reglamentaria de los Artículos 6 y 7 Constitucionales en Materia de Libertad de Expresión y Derecho a la Información preparada por la Comisión de Radio Televisión y Cinematografía (RTC) de la XLVI Legislatura de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, y que fuera retomada por la XLVII Legislatura del Congreso para discutirla y perfeccionarla como iniciativa de ley.<sup>13</sup>

Sin embargo, para evitar avanzar en este terreno estratégico de reglamentación al derecho a la información, el sector más conservador del Estado y los empresarios de los medios de información en conjunto emprendieron, a través de sus propios canales de difusión masiva, campañas permanentes de satanización y boicot a dichas iniciativas democráticas de la sociedad civil, argumentando artificialmente la existencia de un conflicto entre libertad de expresión y reglamentación de la misma. En este sentido, así como el sector bancario practicó una acción de anatocismo al cobrar intereses sobre intereses, con el despliegue de esta campaña desinformadora y calumniadora sobre la reglamentación del derecho a la información, los concesionarios de los

13. Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) de la XLVII Legislatura, H. Cámara de Diputados, Congreso de la Unión (1998), Iniciativa de Ley de Comunicación Social. Proyecto de Ley Reglamentaria de los Artículos 6º y 7º Constitucionales en Materia de Libertad de Expresión y Derecho a la Información, México, DF, marzo.

medios de difusión colectiva en México practicaron un “anatocismo comunicativo” desde el momento en que aprovecharon el poder persuasivo de sus canales de información colectiva para conservar la estructura de poder de todos sus medios.<sup>14</sup>

## El decretazo del 10 de octubre del 2002

Con la victoria del presidente Vicente Fox y la instauración del proceso de transición pacífica a la democracia, el nuevo gobierno decidió reintentar avanzar en la reforma del Estado en materia de comunicación, incluyendo lo referente al uso social del tiempo oficial. Para ello, instaló en la Secretaría de Gobernación, el 5 de marzo del 2001, la Mesa de Diálogo para la Revisión Integral de la Legislación de Medios Electrónicos, cuyos objetivos, según el secretario de Gobernación, Santiago Creel Miranda, eran:

[...] lograr en el ámbito de un absoluto respeto a las libertades una relación sana, transparente y responsable entre el gobierno, los medios y la sociedad, para que a través de esta vinculación democrática se pueda garantizar la certidumbre y la seguridad jurídica a gobernantes y gobernados.<sup>15</sup>

Según el gobierno, los acuerdos alcanzados en este espacio se sustentaban en cinco grandes criterios: garantizar la libertad de expresión; transparentar el otorgamiento de concesiones; contribuir al afianzamiento de la unidad nacional, el enriquecimiento de nuestra cultura y educación; el respeto a los principios humanistas, la dignidad de la persona y la unidad de la familias; y, finalmente, el fortalecimiento de las convicciones democráticas y el desarrollo armónico de la ciudadanía.<sup>16</sup>

Los temas que abordó la mesa de diálogo fueron siete: a) principios fundamentales; b) jurisdicción y competencia; c) participación social y dere-

14. Rascón, Marco (1998), “Los medios de los medios (otro caso de anatocismo)”, en *La Jornada*, 15 de octubre.

15. Subsecretaría de Comunicación Social, Secretaría de Gobernación (2001), “Mensaje pronunciado por el Secretario de Gobernación, Santiago Creel Miranda, durante la instalación de la Mesa de Diálogo sobre la Legislación de Medios de Electrónicos, Mesa de Diálogo para la Revisión Integral de la Legislación de Medios Electrónicos”, México, DF, 5 de marzo, p. 1, consultado en: [www.rtc.gob.mx/banner/provisional.html](http://www.rtc.gob.mx/banner/provisional.html); “Instala Creel mesa para la reforma a la Ley de Radio y Televisión”, en *La Jornada*, 6 de marzo, p. 16; y “Mesa de diálogo” (2001), en *Etcétera. Una Ventana al Mundo de los Medios*, México, DF, Análisis, Ediciones y Cultura, AC, abril, núm. 6, p. 67.

16. “Mesa de diálogo” (2001), en *Etcétera. Una Ventana al Mundo de los Medios*, México, DF, Análisis, Ediciones y Cultura, AC, abril, núm. 6, p. 67.

cho ciudadano; d) concesiones y permisos; e) programación; f) medios de Estado; y g) competencia económica.<sup>17</sup>

La mesa de diálogo trabajó durante 18 meses y tuvo un carácter consultivo y no deliberativo, su objetivo fue elaborar un anteproyecto de ley de reforma integral de los medios electrónicos, lo más equilibrado posible entre los diversos sectores que participaron.<sup>18</sup> En la preparación de esta propuesta la Secretaría de Gobernación señaló que “se buscaría el consenso de todas las fracciones parlamentarias y el punto de vista de los sectores involucrados, así como de los concesionarios de los medios de comunicación”.<sup>19</sup> Posteriormente, el proyecto sería enviado al Congreso de la Unión para su discusión y posible aprobación. En consecuencia, sería el Poder Legislativo la única instancia con autoridad definitiva para votarlo o no como ley.<sup>20</sup>

Sin embargo, en plena fase del proceso de trabajo y discusión de las propuestas en la Secretaría de Gobernación, el reciente 10 de octubre, en la comida anual de la Cámara Nacional de la Radio y Televisión (CIRT), el presidente Vicente Fox anunció sorpresivamente la expedición de un nuevo Acuerdo Presidencial sobre el Manejo del 12.5% de los Tiempos de Estado y un nuevo Reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión, que dejaron de lado la iniciativa de reforma integral de los medios electrónicos, formulada por la Secretaría de Gobernación el 5 de marzo del 2001, y derogaron los marcos jurídicos anteriores, acarreado las siguientes consecuencias:

1. Se regresó al viejo y viciado esquema bilateral entre gobierno y concesionarios para resolver la agenda de los problemas de la comunicación nacional y se desconocieron los acuerdos trilaterales aceptados, ética y moralmente, entre el Poder Ejecutivo, sociedad y los propietarios de los medios, que el gobierno del Presidente Fox junto con otros actores sociales se comprometieron a impulsar y respetar trilateralmente desde principios del sexenio.

17. Secretaría Técnica, Mesa de Diálogo para la Revisión Integral de la Legislación de Medios Electrónicos, Subsecretaría de Comunicación Social, Secretaría de Gobernación (2001), “Minuta de la segunda sesión de trabajo de la Mesa de Diálogo para la Revisión Integral de la Legislación de Medios Electrónicos”, México, DF, 25 de abril, p. 2.

18. Secretaría Técnica, Mesa de Diálogo para la Revisión Integral de la Legislación de Medios Electrónicos, Subsecretaría de Comunicación Social, Secretaría de Gobernación (2001), “Minuta de la segunda sesión de trabajo de la Mesa de Diálogo para la Revisión Integral de la Legislación de Medios Electrónicos”, México, DF, 25 de abril, pp. 2 y 3, consultado en: [www.rtc.gob.mx/banner/minuta\\_1.html](http://www.rtc.gob.mx/banner/minuta_1.html).

19. “Buscan aprobar la ley de radio y TV por consenso” (2001), en *El Universal*, 12 de febrero.

20. Secretaría Técnica, Mesa de Diálogo para la Revisión Integral de la Legislación de Medios Electrónicos, Subsecretaría de Comunicación Social, Secretaría de Gobernación (2001), “Minuta de la primera sesión de trabajo de la Mesa de Diálogo para la Revisión Integral de la Legislación de Medios Electrónicos”, México, DF, 28 de marzo, p. 1, consultado en: [www.rtc.gob.mx/banner/minuta\\_1.html](http://www.rtc.gob.mx/banner/minuta_1.html); y “Definen la agenda a revisar para la reforma de los medios” (2001), en *Reforma*, 29 de abril.

2. Se reglamentó de forma obscura, excluyente, autoritaria, discrecional, vertical, unilateral, hermética, amañada y mentirosa una parte medular de la libertad de expresión y del derecho a la información, que son garantías ciudadanas elementales para construir una sociedad moderna, avanzada y civilizada en el México del siglo XXI.

3. Se desconocieron las decenas de propuestas específicas hechas por la academia, la sociedad civil, los partidos y varias secretarías de Estado durante más de un año y medio de trabajo, reflexión y discusión en las siete mesas de diálogo para la reforma integral de los medios electrónicos. Con ello, se canceló todo el esfuerzo y los acuerdos políticos que por consenso ya se habían alcanzado entre los participantes y se despreciaron las vías del diálogo entre los diversos actores sociales para reformar al Estado, premiándose al viejo autoritarismo característico de México en el siglo XX.

4. El gobierno de la transición pacífica a la democracia reveló que no tiene calidad ética y moral para sostener sus compromisos públicos con la sociedad, ni valor y coraje para defender los derechos de comunicación elementales de la ciudadanía ante los voraces intereses de mercado de los grandes concesionarios de los medios electrónicos. El gobierno se burló y humilló a la sociedad que busca medios de información para comunicarse y evitar las rupturas de la institucionalidad nacional.

5. Finalmente, con todo ello se demostró, una vez más, que no existe voluntad política de cambio en la cúpula del poder en esta materia, pues se regresó al antiguo esquema de comunicación excluyente, en el que la sociedad no quedó representada para crear otro modelo de comunicación colectivo que nos permita sobrevivir; y se continuó privilegiando el modelo de comunicación de mercado, generador de la bárbara mentalidad salvaje, con el correspondiente triunfo de la cultura idiota en el país.

De esta forma, ninguno de los reclamos básicos de la sociedad civil fueron contemplados en el proyecto comunicativo de mercado y de poder que se ha instaurado al final del siglo XX y principios del XXI. Con ello, el Estado desconoció permanentemente que en la sociedad de final de milenio los medios de información colectivos son la base de existencia de lo público y que, por consiguiente, dichas instituciones deben ser normadas por la sociedad en su conjunto, y no sólo por los intereses fenicios del mercado o los ambiciosos e ilimitados intereses del poder.

Así, no limitar la impunidad de esta realidad mediática modificó la estructura y la frontera del Estado mexicano y de la cultura nacional, lo que creó una nueva realidad en la esfera del poder: el Estado diluido y la cultura *light*. Estado y mentalidad colectiva que, cada vez más, son más incapaces de crear los fundamentos de civilización y cultura para la sobrevivencia social.

Ante ello, podemos decir que todos estos espacios públicos generados por el gobierno modernizador de finales del siglo XX y principios del XXI, más que

servir para el enriquecimiento y la ampliación de las políticas de comunicación de un proyecto de crecimiento democrático y humanizador, operaron como un sistema de legitimación de los intereses verticales del Estado y del poder en este terreno. En este sentido, una vez más, la comunidad nacional fue víctima de un gran estrategia gubernamental de burla y manipulación social encaminada a reforzar el proyecto autoritario del Estado y del poder en materia de información colectiva, con lo que se ha acrecentado el desencanto y la frustración de la sociedad civil que alguna vez concibió al Estado como una plataforma desde la cual se podrían transformar los medios de difusión.

Así, en materia de comunicación social, a principios del nuevo milenio se volvió a repetir la misma historia de petrificación y antidemocracia del Estado mexicano que la sociedad mexicana ha vivido desde la década de 1970. Hay que recordar que el resultado de todas las consultas populares, desde 1970 a la fecha, ha sido “no encontrarle la cuadratura al círculo”, y por lo tanto, no transformar el actual marco normativo de la comunicación social, permitiendo que continúe gobernando el mismo orden cerrado, viciado, discrecional e impune de los procesos comunicativos.

En este sentido, la estructura mediática de la comunicación colectiva vigila, juzga y fiscaliza todas las áreas del funcionamiento de nuestra sociedad; es el único poder que en la práctica política no queda supervisado por el interés colectivo. Incluso, la rigidez histórica del Estado mexicano para no transformar la estructura de medios de comunicación nacionales ha sido tal que, en términos generales, en la década de 1990 la transición a la democracia se ha dado a pesar y en contra del sistema de medios de comunicación dominantes. No fue sino hasta que el proceso de democratización empezó a rebasar a las estructuras de gobernabilidad tradicional cuando los medios retomaron este proceso, pero no para fortalecerlo centralmente, sino para aumentar su *rating* y no quedar fuera de la dinámica exitosa del mercado.

En este sentido, podemos decir que al no considerar los principales diagnósticos y propuestas que presentó el despertar del sector civil para transformar la esfera pública de la conciencia nacional vía los medios de comunicación colectivos, el Estado mexicano no renovó su proyecto de comunicación colectiva para enfrentar los desafíos elementales de la sociedad mexicana de finales del siglo XX. Con ello, el Estado mexicano “moderno” cuenta con menos bases de representatividad social, y en consecuencia, es cada vez menos rector nacional en el campo de la moral colectiva, acelerando con ello su debilidad y descomposición estructural.

De esta forma, aunque el gobierno creó una gran campaña de propaganda para difundir que el Estado mexicano se transformó en todos sus niveles, hasta el momento podemos afirmar que la reforma del Estado mexicano no se ha realizado, pues por falta de voluntad política no se ha establecido un nuevo pacto de relación entre medios de comunicación y sociedad, a través de

la creación de una nueva normatividad jurídica justa sobre los mismos. Con ello, todo el proceso de la reforma del Estado mexicano quedó profundamente vulnerado, porque la democratización de la comunicación es el principio que democratiza todos los otros procesos de la vida cotidiana y colectiva.

Hay que considerar que para que se pueda consolidar la reforma del Estado mexicano se requiere la indispensable transformación democrática profunda de las estructuras de información y comunicación masivas, ya que son estos espacios los que se han convertido en el primer poder contemporáneo desde el cual se organiza, moviliza, articula y dirige, diaria y principalmente, de manera colectiva a los habitantes de la nación.<sup>21</sup> Debido a su peso central sobre la dirección de la nación, en una sociedad democrática los principales poderes siempre deben estar supervisados y reglamentados por la sociedad en su conjunto.

Es necesario tener presente que la construcción de la democracia no se puede completar sin la profunda democratización de los medios de información: democracia social es sinónimo de apertura y pluralidad de los canales de información. Por consiguiente, un Estado moderno tiene que generar una sociedad permanente y ampliamente informada sobre sus problemas fundamentales y no sobre las simples “frivolidades modernizantes” que crea el ciclo de la moda occidental o las curvas del *rating*. De lo contrario, la falta de información pública sobre los grandes problemas comunitarios o nacionales, tarde o temprano, produce gigantescos atrasos y conflictos sociales estructurales.

De esta manera, gracias a la confianza inicial que les otorgó la sociedad mexicana, los medios han alcanzado la concentración de un enorme poder económico-político por encima de la voluntad de la sociedad y el Estado, y se han convertido en un poder casi autónomo que tiende a funcionar al margen de las normatividades colectivas. Así, casi se han convertido en reyes autocráticos que se oponen a someterse a la supervisión de la voluntad de la comunidad nacional. Bajo esta perspectiva, podemos afirmar que las débiles, vagas, contradictorias y anacrónicas bases legales en materia de comunicación social contenidas en la Constitución Política mexicana, han privilegiado los intereses de la vieja estructura de poder por encima de los fundamentos jurídicos de la nación que permitirían construir una nueva república y fortalecer la democracia.

Con la autorización deliberada de estas omisiones político-legales en la década de 1990 y en el año 2000 el Estado mexicano permitió, una vez más, que los voraces intereses del capital y del poder —que permanentemente construyen en nuestro país una cultura salvaje y de la desmovilización social, vía el funcionamiento libertino de los medios de comunicación— sean prote-

21. Conceptos expresados por la escritora Ikram Antaki en la conferencia de prensa del Foro sobre Libertad de Expresión y Responsabilidad Social, Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), World Trade Center, México, DF. 21 de julio de 1998.

gidos por el actual marco normativo de las industrias culturales. Así, cada vez más la dinámica de las leyes del mercado rebasa los intereses colectivos (enfocados a fortalecer el proyecto de desarrollo equilibrado de nuestro Estado-nación) y promueven la realización de las bárbaras leyes del capital en el campo de la cultura y la conciencia social.

Ante este horizonte de cerrazón estatal para la democratización informativa, nos enfrentamos al delicado panorama político en el que los grandes grupos sociales no cuentan con espacios de expresión dentro de éstos para expresar sus necesidades, problemáticas, demandas y soluciones. Frente a ello, se observa la tendencia creciente de que los movimientos sociales en emergencia continúen creando sus propios procesos clandestinos de comunicación colectivos, que derivarán, tarde o temprano, en la construcción de un nuevo Estado ampliado, paralelo al oficial, con el consecuente acrecentamiento de nuestra crisis de hegemonía nacional. Ejemplo de ello ha sido el surgimiento temporal de los medios contra-estatales como "Televerdad", "Radio Vampiro" y "Radio Pirata" y las intervenciones guerrilleras que se dan a través de Internet.

El conjunto de estos indicadores políticos reflejan que, al principiar el siglo XXI, la sociedad mexicana está atravesada por cuatro grandes tendencias políticas comunicativo-culturales de masas:

En primer término, la comunidad nacional termina con un Estado débil en el terreno de las políticas de información, pues ha renunciado a ejercer su función rectora en el campo de la comunicación colectiva para dejar su rectoría en manos de las fuerzas del mercado, que sólo protegen los intereses del gran capital en esta área. En este sentido, el Estado mexicano, a través de su postura de la autorregulación, ha optado por defender los intereses del proyecto de súper-concentración de riqueza y no los derechos y garantías individuales más elementales que los ciudadanos han demandado desde la década de 1960.

En segundo término, la estructura mental de la sociedad mexicana termina profundamente atravesada por un proyecto muy fuerte de cultura, comunicación y espiritualidad colectiva conducido por las voraces fuerzas del mercado que fomentan la dinámica del "dejar hacer y dejar pasar" cultural, a costa de lo que sea y sin restricción alguna; y que es ampliamente protegido por las ideologías y los valores de plástico que ha introducido la modernidad, con la anuencia de los gobiernos nacionales en turno. Dicho proyecto, basado en la lógica de la acumulación de capital a escala planetaria, promueve intensamente la expansión de la cultura de la muerte, que está cimentando silenciosamente —frente a nuestras narices— el nuevo derrumbe de nuestro país.

En tercer término, el conjunto de los partidos políticos mantiene una posición de despreocupación e irresponsabilidad por el problema de las políticas nacionales de comunicación, salvo en los momentos electorales cuando

pelean el espacio y tiempo de exposición de sus candidatos en los medios para ganar votos, o en coyunturas políticas muy especiales que les permitan legitimarse u obtener simpatías ante la opinión pública. El resto del año o del ciclo político ignoran esta realidad vertebral para construir la conciencia colectiva.

Y, finalmente, en cuarto término: aunque existen cada vez más brotes de iniciativas aisladas en la sociedad civil, el cerebro de la sociedad mexicana queda debilitado grandemente por la ausencia de un proyecto público orgánico de transformación y uso democrático de los medios de comunicación para el desarrollo equilibrado de la nación, y sin sólidas fuerzas o frentes sociales reales que permitan su surgimiento desde la gran sociedad civil organizada.

Es por ello que resulta necesario crear otro proyecto colectivo de comunicación social, que rescate el espíritu de estos planteamientos esenciales para democratizar a la sociedad mexicana.

### Hacia una nueva política de participación social en los medios de información colectivos

El modelo de desarrollo modernizador que gradualmente ha adoptado México al final del siglo XX, con el Tratado de Libre Comercio en sus estructuras culturales, para incorporarse al nuevo orden mundial surgido después de la guerra fría —basado mayoritariamente en el supuesto del "poder regulatorio mágico" de la mano invisible del mercado para dirigir la participación social—, ha comprobado en una década sus enormes limitaciones y las bárbaras deformaciones humanas que ha producido. Ejemplos de ello han sido la drástica devaluación del peso, la brutal fuga de capitales, el colapso agropecuario, la bárbara destrucción ecológica en todo el territorio nacional, la incontenible corrupción, el agudo desempleo, la marcada reducción de nuestro nivel de calidad de vida, el aumento de la incredulidad institucional, la crisis de esperanza de la juventud, el aumento de la violencia, etcétera.

Por ello, después del fracaso de dicho modelo, ahora se requiere la búsqueda e implementación de nuevas políticas, especialmente de cultura y comunicación, para lograr la participación de la sociedad a través de otros procesos de información y contribuir, con ello, a resolver las agudas contradicciones mentales que limitan el crecimiento equilibrado de nuestra nación.

En este sentido, es fundamental sustituir —dentro del contexto de la modernidad— la idea de crear un "Estado mínimo" o "Ultra-mínimo" en el área cultural de México a través de la adopción indiscriminada de la política del *laissez faire* informativo, para introducir la concepción estratégica del nuevo Estado básico para la sobrevivencia social, sin el cual no podrá construirse un orden civilizatorio superior que mantenga las condiciones elemen-

tales de la convivencia en comunidad, especialmente en la medida en que en el país las sociedades de masas son cada vez mayores.<sup>22</sup> Un nuevo Estado básico para la sobrevivencia social que no se limite a ejercer la labor meramente de vigilancia policíaca, de atención a las urgencias inmediatas, de cubrir el servicio de recolección de basura, bomberos, etc., sino sobretodo que haga posible la participación democrática de la población en los procesos de creación de cultura y comunicación colectivos. Es decir, una comunicación de Estado al servicio del hombre y no el hombre al servicio del mercado, vía la información.

Debemos recordar que ya en el siglo XIX las profundas alteraciones que produjo el funcionamiento autónomo del mercado autorregulado en México generaron tantas contradicciones sociales que dieron origen al capitalismo salvaje e hicieron indispensable el surgimiento del Estado benefactor para corregir dichos antagonismos insostenibles. Por ello, desde principios del siglo XX se intentó sustituir la lógica de la supremacía del mercado, por otra lógica más sensible y humana de justicia y participación social.<sup>23</sup>

Incluso, constatamos que las principales naciones que impulsaron el modelo neoliberal del Estado mínimo en los años ochenta, como fueron los gobiernos de Ronald Reagan en Estados Unidos y de Margaret Thatcher en la Gran Bretaña, a mediados de la década de los noventa fueron corregidos drásticamente por los respectivos gobiernos de William Clinton en Norteamérica y de John Major en Inglaterra para fortalecer de nuevo al Estado benefactor y resolver las grandes contradicciones que produjo la aplicación irrestricta de las leyes del mercado en estos países. Dicha neointervención del Estado planteó ajustar el rumbo autónomo del mercado a través de una acción más directa de éste en la gestación de las macro políticas de crecimiento, pero no supone suprimirlo.<sup>24</sup>

Es por esto que ante el nivel límite de evolución en el que nos encontramos como civilización nacional y frente a la creciente realidad de establecer la *iniciativa del mercado* en el campo de la cultura y la comunicación colectiva

22. "En el TLC el mercado fijará precios a los básicos" (1992), en *Excélsior*, 27 de marzo; "¿De qué sirve la democracia si pervive el mercantilismo en América Latina?" (1992), *Excélsior*, 3 de junio; "Está en duda que el mercado solucionará mágicamente los problemas económicos" (1993), en *El Financiero*, 26 de noviembre.
23. "La lógica del mercado" (1992), en *El Financiero*, 4 de agosto; "Regula la existencia de la sociedad" (1992), en *Excélsior*, 31 de mayo; "Base del Estado corporativo" (1992), en *Excélsior*, 2 de junio; "Intervencionismo del Estado. Orígenes y modalidades del Estado" (1992), en *Excélsior*, 3 de junio; "Izquierda y totalitarismo. Orígenes y modalidades del Estado" (1992), *Excélsior*, 4 de junio; "La teoría del Estado. Orígenes y modalidades del Estado" (1992), *Excélsior*, 5 de junio.
24. "El retiro del Estado impone retos capitales al neoliberalismo" (1993), en *Excélsior*, 28 de septiembre; "El cambio debe ser garantía de justicia" (1993), en *Excélsior*, 28 de septiembre; "La nueva cara del regulador económico" (1993), en *Excélsior*, 28 de septiembre; "Peligro el capitalismo salvaje" (1993), *Excélsior*, 2 de noviembre.

del país, debemos considerar que así como una cantidad de actividades estratégicas para el desarrollo del Estado mexicano no pueden dejarse en manos del sector mercantil, a riesgo de que desaparezcan —como es el caso de la medicina preventiva—, la generación del transporte urbano público, impulsar a la ciencia básica, la producción de infraestructura urbana,<sup>25</sup> etcétera, así tampoco puede delegarse en éste la construcción de una *cultura social para la sobrevivencia nacional*. Esto debido a que aunque, paradójicamente, a largo plazo, la planificación cultural es la inversión económica más rentable que existe en México, a corto plazo no es lucrativa dentro de los criterios de "ganancia pecuniaria" y de corto plazo que establece la actual concepción neoliberal de la vida.

Por ejemplo, en el campo de la física el descubrimiento del *Boscon de Higgs* o el invento del acelerador de partículas más costoso del mundo (SSC), no pudieron desarrollarse sin la aportación multimillonaria de los estados de la Comunidad Económica Europea y del Estado norteamericano.<sup>26</sup> De igual manera, la formación de una cultura ecológica, de una cultura de conservación de las especies que componen la conservación de las cadenas de reproducción de la vida, de una cultura de la defensa de los ancianos, de una cultura del cuidado del planeta Tierra, de una cultura de la convivencia civil, de una cultura de revaloración de lo nacional, de una cultura de la promoción de la vida, etc., que son niveles de cerebralidad mínimos que requerimos construir y conservar para sobrevivir en sociedades de masas cada vez mayores, tendrán que ser creadas por el Estado y la sociedad civil, ya que para el sector mercantil no son rentables estas tareas.

Ante dicho panorama de creciente desigualdad comunicativa y espiritual que se establece con la aplicación del modelo de mercado del Tratado de Libre Comercio en nuestra república, es necesario que el Estado mexicano cree las condiciones de otro equilibrio cultural a través de la elaboración de una *nueva política de cultura y comunicación social para la sobrevivencia nacional*, que actualmente no existe y la cual se requiere urgentemente para coexistir. Para ello, hay que considerar que así como en el campo económico el Estado reprivatizó la banca estatal y paralelamente impulsó la banca de desarrollo para apoyar a los sectores más desfavorecidos, o que así como vendió empresas públicas para destinar fondos a los proyectos de equilibrio social a través del Programa Nacional de Solidaridad, ahora, es necesario que así como ha

25. "Sí al neostatismo para guiar y no remplazar al mercado" (1992), en *Excélsior*, 13 de abril; "Corrige J. Major a M. Thatcher y fortalece al Estado Benefactor" (1992), en *Excélsior*, 15 de julio; "Profundo rechazo en Wall Street a Clinton. Temor a un incremento de tasas de interés e inflación" (1992), en *El Financiero*, 13 de noviembre; "El neointervencionismo estatal" (1992), en *El Financiero*, 23 de noviembre.
26. "¿Realmente debemos confiar todo a la iniciativa privada? El caso de la Física" (1991), en *El Financiero*, 1 de noviembre.

permitido crecientemente el juego de los principios del mercado en el área cultural,<sup>27</sup> se apoye la dinámica de *equilibrio de la comunicación social* que surge desde las necesidades de expresión y participación ideológica más apremiantes de los grupos mayoritarios del país.

Con ello se podrán rescatar los aspectos positivos que ofrece la economía de mercado en el campo cultural, como son la eficiencia, la competitividad, la libertad individual, la apertura de mercados, la adopción de nuevos financiamientos, etc., y al mismo tiempo se aplicarán los contrapesos culturales de nivelación mental necesarios para sobrevivir, mismos que no están incluidos en el frío cálculo económico neoliberal. Frente a esto es imprescindible considerar que la práctica del libre juego de las fuerzas culturales y comunicativas no genera automáticamente un proceso de comunicación superior, sino que para lograrlo se requiere la presencia y la acción de procesos sociales planificadores, con alto nivel de participación de la sociedad civil.<sup>28</sup> Contrapesos planificadores que no sean burocráticos, estatistas, paternalistas o populistas, pero que sí vinculen globalmente los principales requerimientos de desarrollo social con la dinámica de producción cultural e informativa.

De lo contrario, los grandes límites naturales, que por sí misma fija la economía de mercado sobre las dinámicas comunicativas, generarán más contradicciones culturales que las que se pretende resolver por medio de la acción de la oferta y la demanda, y que sólo podrán ser resueltas con la introducción de la *racionalidad de la comunicación social* en el campo de lo público. De no construirse esta política de equilibrio en el área comunicativa y cultural, cada vez más se vivirá el profundo divorcio existente entre necesidades materiales y espirituales de crecimiento social y la formación de la cerebralidad colectiva para resolverlas.

Es por ello que es necesario crear otro proyecto colectivo de democratización de la comunicación social que permita que los medios de información se orienten hacia el desarrollo de nuestra conciencia para resolver nuestros conflictos de crecimiento, pues el proceso de la globalización mundial nos lleva a la creación de un nuevo orden cultural que modifica los contenidos y las fronteras ideológicas de los actuales estados nacionales. De no efectuar esto, el alma cultural de nuestra sociedad correrá el gran riesgo de quedar sepultada por los nuevos espejismos de la modernidad y sus derivados simbó-

27. "Filosofía del liberalismo social; contraestatismo y neoliberalismo absorbente" (1992), en *El Financiero*, 5 de marzo; "El liberalismo social" (1992), en *Excelsior*, 7 de marzo; "El liberalismo social: nuestro camino" (1992), en *unomásuno*, 8 de marzo; "¿Neoliberalismo social?" (1992), en *unomásuno*, 11 de marzo; "Entre la política y la economía. La condición de los serviles" (1992), en *Excelsior*, 13 de marzo.

28. "Requiere la sociedad actual de una nueva revolución científica" (1992), en *unomásuno*, 31 de marzo.

licos parasitarios de esta nueva fase del desarrollo de la sociedad capitalista internacional.

De aquí la enorme importancia de que la sociedad civil presione a las comisiones de Cultura y de Comunicación Social del Congreso de la Unión para reglamentar con gran profundidad la operación de dichos medios de comunicación, pues, en última instancia, no se está legislando sobre simples instituciones de esparcimiento, diversión o información, sino sobre un fenómeno central de transformación y ampliación cotidiana de la estructura del Estado mexicano y de la conciencia nacional.

Debemos reconocer que la reforma del Estado en materia de comunicación no es una reforma jurídica más para modernizar al Estado mexicano, sino que por su naturaleza vertebral —que cruza todos los ámbitos de la vida comunitaria y cotidiana— es la reforma más importante de la sociedad mexicana de principios del siglo XXI, pues es a partir de esta renovación como se determinarán las vías que modificarán o no los procesos para construir la conciencia colectiva nacional de final de milenio. De ello dependerá si se crean las bases político-sociales para generar una conciencia para el avance de la república o para su retroceso mental, social y civilizatorio en el nuevo siglo.

Para avanzar en la reforma del Estado mexicano, construir la *nueva política de cultura y comunicación social para la sobrevivencia nacional* y ampliar las bases de la democracia, el nuevo gobierno federal deberá realizar, entre otras, las siguientes acciones para modificar la relación entre tiempos oficiales, Estado y participación social:

1. El Estado debe rescatar su función rectora en el campo de la comunicación frente a la dinámica salvaje que han alcanzado las fuerzas del mercado en este terreno, para construir a través de los tiempos gubernamentales un nuevo proyecto de información nacional basado en la participación de las comunidades.

2. Es necesario discutir públicamente en el Congreso de la Unión y en los diversos sectores de la sociedad civil con qué políticas aplicar el uso de los diversos tiempos oficiales para construir con éstos, dentro de la actual infraestructura de medios comercial-privados, un amplio sistema de medios de comunicación de Estado de servicio público. Esto significaría contar con un gran frente de medios de servicio público con alta penetración y con un mínimo de inversión por parte del Estado y de la sociedad.

3. A diferencia de la propuesta de los concesionarios de los medios de información, quienes plantean que el porcentaje de 12.5% del tiempo oficial debe desaparecer:

[...] se debería revisarlo en un marco general de necesidades sociales de difusión del Estado y la sociedad mexicana. Esta industria debe cubrir un gravamen especial puesto que opera bajo concesión, que es el privilegio de actuar no en un

mercado libre, sino cerrado. Si cualquiera pudiera participar en la radio y la televisión, si no se requiriera una autorización específica que se otorga a muy pocos, esa industria sería como cualquier otra. Pero el régimen de concesiones le da una peculiaridad que debe y puede reflejarse fiscalmente.<sup>29</sup> 4. Se requiere terminar con la distribución discrecional de los tiempos oficiales del Estado por parte de la Secretaría de Gobernación a través del Consejo Nacional de Radio y Televisión. Para ello, se propone:

a) Que la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) de la Cámara de Diputados y de la Cámara de Senadores de la XLVIII Legislatura vigilen sistemática y rigurosamente el otorgamiento de dichos espacios

b) Que el Consejo Nacional de Radio y Televisión incluya entre sus miembros a dos representantes de la sociedad civil organizada y a dos representantes del sector académico vinculado con la investigación y el análisis de los medios de información. 5. Es imperativo que, a través del aprovechamiento del 12.5% de los tiempos oficiales, el Estado fortalezca y amplíe el esquema de medios de comunicación de servicio público para cumplir con su función de rector nacional y equilibrar el funcionamiento del modelo de comunicación de mercado.

6. Debe revisarse la práctica que considera al 12.5% de tiempo como no acumulable, para que el tiempo no usado se pueda recuperar y, por lo tanto, evitar que se pierda el impuesto pagado en especie.

7. Debido a la crisis y al rezago educativo en el país, las instituciones educativas y culturales deben tener un acceso preferencial a los tiempos oficiales en los medios de información para promover la educación y la cultura nacionales.

8. A mediano plazo el impuesto de 12.5% que los concesionarios pagan en especie lo deberán pagar en efectivo, y el monto recuperado debería ser orientado para crear un fondo de apoyo a los medios de servicio público. Es importante considerar que:

[...] la obligación no cumplida de pagar en especie, sin más, significa consagrar una exención que los concesionarios ganaron desde siempre. Es oportuno plantear que el pago en especie se sustituya por un pago en efectivo, y aún es posible concebir un régimen mixto, en que el Estado continúe disponiendo de tiempos en radio y televisión para usarlos directamente y para compartirlos con la sociedad.<sup>30</sup>

9. El Estado debe abrir la participación de la sociedad civil organizada en los tiempos oficiales, ya que se trata de espacios que se otorgan en las

29. Granados Chapa, Miguel Ángel (2000), "Doce y medio por ciento", columna Plaza Pública, *Reforma*, México, DF, 9 de noviembre, p. 7-A.

30. Ídem.

concesiones que la sociedad, en su conjunto, le delega al Estado para que éste los administre para el bien común. En este sentido es importante puntualizar que en la medida en que las organizaciones sociales cuenten con tiempos en los medios de comunicación electrónicos se evitará la presencia de tantas manifestaciones callejeras que todos los días suceden en las principales ciudades del país y que implican pérdidas económicas, cierre de empresas y comercios, destrucción de bienes, caos vial, ingobernabilidad, caos urbano, irritación ciudadana, aumento del estrés y pérdida de la calidad de vida en la población. La sociedad toma permanentemente las calles del país por no tener espacios de expresión en los medios de difusión colectivos.

10. Se requiere rescatar y ampliar, vía los tiempos oficiales, los pocos espacios que se han dedicado a la difusión y construcción de valores plurales y cívicos a través de los medios de comunicación de masas, y proponer alternativas para impulsar la edificación de una cultura cívico-democrática más madura en nuestro país.

11. Finalmente, mediante el empleo de los tiempos fiscales es necesario rescatar y preservar la memoria histórica de nuestra sociedad, como parte del derecho a la información.

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



Este *Anuario IX* del CONEICC  
se terminó de imprimir en febrero de 2003  
en los talleres de Ediciones de la Noche,  
Guadalajara, Jalisco.  
El tiraje fue de 700 ejemplares.