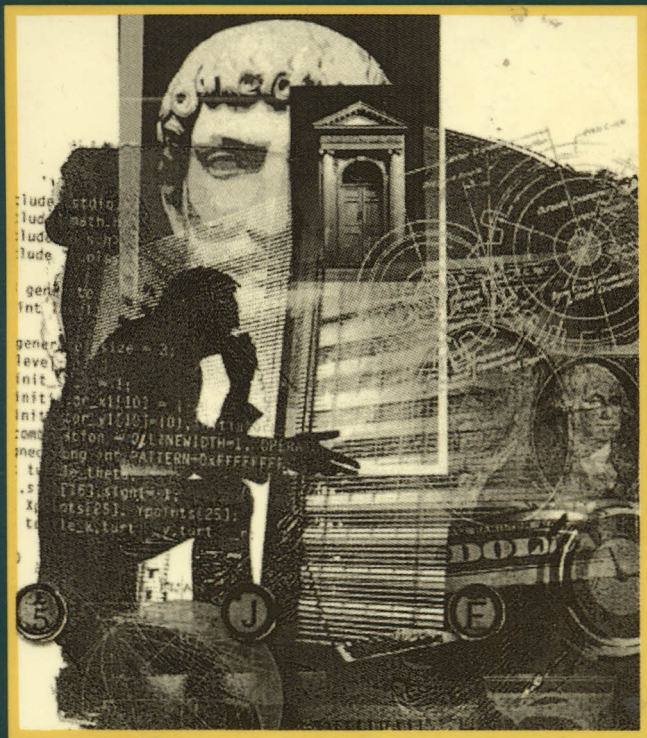


# Espacios de Comunicación

Departamento de Comunicación

Javier Esteinou Madrid  
(Coordinador)



4



UNIVERSIDAD  
IBEROAMERICANA  
SANTA FE CIUDAD DE MÉXICO



Espacios de comunicación

1. Comunicación. 2. Comunicación de información técnica.

I. Esteinou Madrid, Javier. II. Serie

P 91.25 E88.1996

---

1a. Edición, 2000

D.R. © Universidad Iberoamericana  
Prol. Paseo de la Reforma 880  
Col. Lomas de Santa Fe  
Deleg. Álvaro Obregón  
01210 México, D.F.

ISBN 968-859-384-2

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

---

## ÍNDICE

PRESENTACIÓN <i>José Carreño Carlón</i>	9
<b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CAMBIO SOCIAL</b>	
MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y TRANSICIÓN POLÍTICA. UN ENFOQUE DESDE LA PERSPECTIVA DEL DERECHO A LA INFORMACIÓN <i>Javier Corral Jurado</i>	11
MEDIOS DE COMUNICACIÓN, CRISIS NACIONAL Y PARTICIPACIÓN SOCIAL. <i>Javier Esteinou Madrid</i>	23
<b>SOCIEDAD Y NUEVAS TECNOLOGÍAS</b>	
EZLN: ¿UNA GUERRILLA CIBERNÉTICA? <i>Sandra Strikovsky Vestel</i>	37
INTERNET ¿HERRAMIENTA Y MEDIO PARA LA DEMOCRACIA? <i>Gabriela Barrios Garrido</i>	59
TELECOMUNICACIONES Y DINÁMICA GLOBAL/LOCAL: LAS TENSIONES EN EL CASO MEXICANO. <i>Maricela Portillo y Claudio Flores</i>	75
EL PROBLEMA INFORMÁTICO DEL AÑO 2000: RETO A LA POLÍTICA INFORMÁTICA NACIONAL <i>José Manuel Gil de la Torre</i>	89
LA IMPORTANCIA DE LA SEGURIDAD EN CÓMPUTO: EL CASO DE LOS DELITOS INFORMÁTICOS EN MÉXICO. <i>Patricia Saad Sotomayor</i>	101

---

## REGULACIÓN DE LA INFORMACIÓN

- LA REGULACIÓN EN MATERIA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN  
EN MÉXICO ¿UN OBJETIVO POSIBLE? 111  
*Susana E. Espinosa Cruz*

- SOLEDADES INFANTILES, MARCO JURÍDICO Y MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN 133  
*Luis Alfonso Guadarrama Rico*

## COMUNICACIÓN POLÍTICA

- CIENTOS AÑOS DE SUBORDINACIÓN ENTRE PRENSA Y PODER EN  
MÉXICO EN EL SIGLO XX 145  
*José Carreño Carlón*

- EL MARKETING POLÍTICO Y SUS ESTRATEGIAS EN MÉXICO 167  
*Lisete Alvarado Ruiz*

- NUEVOS PARÁMETROS EN LA INVESTIGACIÓN DE LAS POLÍTICAS  
NACIONALES DE COMUNICACIÓN 195  
*Beatriz Solís Lereé*

## TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

- APUNTES PARA EMPEZAR A PENSAR UNA RECONSTRUCCIÓN  
TEÓRICO-METODOLÓGICA LATINOAMERICANA 209  
*Nancy Díaz Larrañaga*

- PROPUESTA DE CONSTRUCCIÓN DE UNA CATEGORÍA DE LECTOR:  
EL CASO DE LAS COLUMNAS POLÍTICAS 225  
*Claudia Benassini Félix*

- FORMA SIMBÓLICA, COMUNICACIÓN Y CULTURA 263  
*Antonio Paoli Bolio*

<hr/>	
LA ORALIDAD COMO ACERCAMIENTO A LAS IDENTIDADES CULTURALES EN LA VIDA FAMILIAR <i>Kiyoko Nishikawa Aceves</i>	283
EL RETORNO DE LA PLANIFICACIÓN: DESPUÉS DEL DILUVIO <i>Florencia Saintout</i>	297
DIFUSIÓN DE INNOVACIONES AMBIENTALES. LA TEORÍA AUSENTE <i>Gustavo Cimadevilla</i>	307
<b>EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN Y CULTURA</b>	
UNA PROPUESTA DE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO A TRAVÉS DEL PATRIMONIO CULTURAL <i>Margarita Maass</i>	327
<b>MEDIOS AUDIOVISUALES</b>	
LA REALIDAD VIRTUAL DESDE LA REMEDIACIÓN <i>Gabriela Warkentin</i>	339
CONSUMO TELEVISIVO DE LOS HISPANOS EN EL OCCIDENTE DE LA CIUDAD DE PHOENIX <i>Sergio Inestrosa</i>	349
EL IMPACTO DE LA VIDEOCONFERENCIA EN LA EDUCACIÓN MEXICANA <i>Florángel Aráujo Hernández</i>	365
LA JUVENTUD COMO IMAGEN <i>Ricardo Morales Lira</i>	373
<b>CINE Y SOCIEDAD</b>	
VERSIONES DEL PASADO. MIRADAS CORTAS AL EQUIPAMIENTO CINEMATOGRAFICO EN LEÓN <i>Héctor Gómez Vargas</i>	385

---

LA SIMULTANEIDAD EN EL CINE 401  
*Ethiel Cervera Díaz Lombardo*

**TEMAS VARIOS**

ITINERARIOS DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO 419  
*Alma Rosa Alva de la Selva*

ESTRAGOS INTERCULTURALES 425  
*Manuel Gameros*

ACCIÓN DE LA UNIVERSIDAD EN LA PRÁCTICA PERIODÍSTICA 445  
*Caridad García Hernández*

---

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN, CRISIS NACIONAL Y PARTICIPACIÓN SOCIAL

*Javier Esteinou Madrid\**

---

### LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN COLECTIVOS COMO CENTRO DEL PODER CONTEMPORÁNEO

Con el surgimiento de los medios de información y las nuevas capacidades tecnológico-materiales que se han conquistado 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 tecnológico, 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 1920 en México y de convertirse en el cuarto poder político a partir de 1960 como corresponsales del poder, en la década de los años noventa, se han transformado 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 sociedad y los individuos ha creado, cada vez más, una sociedad mediática que ha producido una nueva atmósfera cultural colectiva de naturaleza «comunicósfera» que ha ocasionado que el conjunto de las principales instituciones de gobernabilidad ahora funcionen a distancia por intermediación de los canales de información,

---

\* *Investigador Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, México.*

especialmente electrónicos. La expansión de esta realidad mediática ha modificado la estructura y frontera del Estado mexicano y de la cultura nacional creando una 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 substituido en algunos períodos o reubicado en otros a los órganos de administración social mas débiles o que están en crisis de funcionamiento y legitimación. Por ejemplo, ante la baja de credibilidad de la población en los partidos políticos, las órganos públicos y la iglesia, la capacidad persuasiva y seductora de los medios han construido nuevas credibilidades y hegemonías basadas en estrategias de mercado a partir del *rating*.

Incluso, profundizando sobre la tarea histórica central que realizan los canales de difusión podemos decir que debido a su capacidad altamente educativa y persuasiva al final del milenio los medios de difusión no sólo son el centro del poder político contemporáneo, sino que son, cada vez más, las instituciones de conformación del cerebro tanto social como individual de los habitantes del país. En este sentido, cada vez más, son elementos medulares del proceso de construcción social del cerebro humano y, por tanto, de conformación de la humanidad.

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 quienes acceden permanentemente a la mente de los mexicanos, les informan o les deseducan sobre la conducta a seguir en la sociedad contemporánea que nos corresponde vivir.<sup>1</sup>

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, en la sociedad mexicana de la década de los noventa, cada vez más, las batallas políticas o sociales se ganan o pierden en los medios de comunicación colectivos y no en otras áreas de las contiendas sociales.

De esta forma, la construcción o deconstrucción 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, etcétera, se elabora 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 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 día no se puede hacer política sin la presencia y acción persuasiva de los sistemas de información colectivos. No son la economía, pero ninguna economía contemporánea puede funcionar sin la cultura de consumo que se produce en los medios de información a través de la práctica publicitaria.

A partir de las grandes capacidades persuasivas que han conquistado los medios sobre los campos de conciencia de los auditorios, las verdades mediáticas substituyen al resto de verdades sociales, incluyendo a las jurídicas, éticas y morales.

Como demostración del alto grado de penetración de las industrias culturales en la vida cotidiana de los mexicanos, constatamos, por ejemplo, que en 1998 existen en la República Mexicana 595 estaciones de televisión divididas entre



canales nacionales, repetidoras, televisoras locales y televisoras de los gobiernos estatales. En cuanto a la radio existen 1 354 emisoras en el país, divididas en 875 estaciones en A.M. y 479 en F.M. En los sistemas de satélites se cuenta con el complejo de satélites Morelos II, Solidaridad I y Solidaridad II que cubren todo el territorio mexicano y otras partes del continente americano —el sistema de satélites Morelos I ya terminó de operar con vida útil—. En lo que se refiere a los medios escritos México cuenta con cuatrocientos periódicos de circulación local y 192 revistas, la mayoría de circulación nacional y de periodicidad variable. Respecto a las agencias de información existen 59 agencias de noticias, de las cuales catorce son nacionales y 45 internacionales, con 64 corresponsales extranjeros, 57 de periódicos y siete de revistas.<sup>2</sup>

La proliferación de esta gran infraestructura informativa en el país ha contribuido a modificar sustancialmente los hábitos culturales de la vida cotidiana de los mexicanos. Así, observamos, por ejemplo, que al final del siglo XX los mexicanos son los que más ven televisión en todo el continente americano, con un promedio diario superior a las cuatro horas.<sup>3</sup> De aquí, que al final del milenio la población mexicana se haya transformado de una cultura de lectores a una cultura de televidentes, de lo cual se deriva un peso muy sustantivo de los medios audiovisuales en la formación de sus gustos, actitudes, opiniones, conductas, mentalidades y visiones de la vida, de la formación y operación de sus «cerebralidades».

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.

#### EL CONTROL DE LA PARTICIPACIÓN SOCIAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Tradicionalmente, el surgimiento y aprovechamiento de los medios de comunicación en México ha nacido y sigue emergiendo, calcado sobre la estructura y dinámica económica de nuestra sociedad nacional. Es decir, los procesos masivos de comunicación no han aparecido en espacios neutros o independientes, sino que han cobrado vida vinculados a las necesidades de

existencia y reproducción de nuestra sociedad capitalista en vías de industrialización.

Dentro de este marco histórico, 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 concentra con gran peso en los medios impresos y se cierra casi por completo en los canales electrónicos, particularmente audiovisuales.<sup>4</sup>

La naturaleza social de los medios de comunicación desde un principio ha quedado determinada 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 a través de éste se ha construido otro proyecto cultural contrario al proyecto de los grandes grupos que sostienen nuestra nación.

De esta manera, derivado de este condicionamiento, la televisión mexicana surge en la década de los años cincuenta adoptando el modelo comercial de desarrollo de la televisión norteamericana y enmarca mayoritariamente su funcionamiento bajo el régimen de concesión privada, que se conserva hasta nuestros días. Es dentro de este esquema mercantil que la televisión nacional se desarrolló y donde alcanzó hasta ahora su mayor dinámica de expansión e influencia sobre la cultura nacional.

Contraria y paralelamente a esta realidad privada, aparece de manera muy tardía, a finales de los años sesenta, la televisión pública en nuestro territorio. Su lenta incorporación al panorama cultural de la nación, provoca que ésta emerja y madure con una personalidad social poco definida, con menor experiencia audiovisual, reducido apoyo económico, bajo nivel de credibilidad en el auditorio, proyecto cultural confuso, mayores presiones burocráticas, menor cobertura geográfica de influencia, grandes contradicciones en sus líneas de dirección, etcétera.

Es por ello, que dentro de un clima de agotamiento de nuestro tradicional modelo de crecimiento hacia adentro y de incorporación intensiva de nuestra

economía a los procesos de globalización mundial, nos preguntamos *¿qué han hecho las empresas de televisión nacionales para permitir que los grupos sociales expongan colectivamente sus necesidades fundamentales y participen a través de éstos en los macro procesos de dirección del país?*

En términos generales podemos decir que, en comparación con las gestiones televisivas de los regímenes de gobierno anteriores, en esta nueva administración gubernamental la televisión ha conquistado algunos avances importantes, en el terreno administrativo, financiero, cultural, legal, tecnológico, reorganizativo, etcétera. Sin embargo, no obstante los éxitos alcanzados en diversos campos, también podemos decir, que salvo algunas excepciones, la información televisiva que ha producido y difundido este proyecto cultural de gobierno, no ha permitido la expresión de las necesidades de los grandes grupos sociales a través de ésta, y, en consecuencia, no se ha dedicado sustantivamente a crear conciencia sobre los principales problemas que debemos resolver para sobrevivir.

Así, observamos que no obstante que en la actualidad la sociedad mexicana ya ha llegado a alcanzar los 95 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 para 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.

De esta forma, constatamos, por ejemplo que las organizaciones campesinas no cuentan con espacios televisivos para desde éstos solicitar apoyos crediticios para trabajar en el campo, exigir mejores precios de garantía a sus cosechas, demandar el reparto de tierras, denunciar el extendido cacicazgo y la corrupción de autoridades o funcionarios, etcétera. Los sindicatos tampoco cuentan con tiempo informativo para pedir aumentos salariales, elevar sus condiciones generales de vida, denunciar las anomalías existentes en el interior de las mismas, etcétera.

Los partidos políticos tampoco gozan de suficiente margen televisivo para fortalecer su participación en la sociedad, perfeccionar el sistema electoral, mantener contacto masivo con sus representados, difundir sus propuestas y posiciones partidistas, etcétera. Los numerosos grupos indígenas fundadores desde hace milenios de nuestro territorio y cultura, todavía, hoy día, al acercarnos al final del siglo XX, no tienen ningún espacio en la televisión para expresar sus necesidades, dolor y tristeza generados desde hace quinientos años con la conquista española, etcétera.

Los movimientos ecologistas, no obstante que actualmente vivimos una fase de colapso ambiental en el valle de México y el resto del país por la profunda relación destructiva que mantenemos con la naturaleza, no cuentan con ningún espacio de las redes nacionales de televisión para difundir su labor en pro de la defensa de la vida. Los sectores magisteriales, no obstante que sobre ellos descansa la formación del capital cultural del país a través de la acción educativa, tampoco cuentan con espacios en los medios audiovisuales para contrarrestar la acción deformante de la cultura parasitaria que ha creado la sociedad de consumo y fortalecer con ello el proyecto educativo de la escuela nacional.

Otras células básicas como son 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, etcétera, tampoco disponen de espacios en las pantallas para plantear y discutir sus problemáticas particulares.

Pensamos que debido a que no se ha permitido la participación de los grandes grupos en la televisión, tanto pública como privada, ésta continua desvinculada 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. *La televisión sigue funcionando como cerebro colectivo divorciado 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. La problemática nacional no pasa sustantivamente por la televisión, 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, la televisión continúa realizando la hazaña verdaderamente fantástica de ocultarle su país a los mexicanos.*

Por el panorama anterior, consideramos necesario remarcar que ante el proceso de desmembramiento agudo que vive nuestro país, la televisión no puede seguir funcionando con los esquemas de relativa estabilidad social de

hace cuarenta años. Hoy tenemos que pensar cómo la televisión y otros medios de comunicación colectivos nos puede ayudar a dar un salto mental cualitativo de cincuenta años hacia delante que nos permita madurar como sociedad y nos ahorre los enfrentamientos, los sufrimientos, las luchas, el autoritarismo, el individualismo y la represión que se vislumbra para las próximas décadas de la historia de México. Es inaplazable la necesidad de que la televisión nacional dé respuestas ante los grandes conflictos del país.

Sabemos que lograr la transformación mental del país frente a nuestros grandes conflictos de desarrollo a través de las televisoras de Estado es una empresa desafiante. Reconocemos que existen grandes inercias culturales que se oponen a la evolución de nuestra conciencia colectiva. Entendemos que abundan múltiples intereses económicos y políticos que obstruyen esta misión. Comprendemos que nuestro sistema económico nos impone límites mentales, fijados en muchos casos, por acuerdos monetarios internacionales, etcétera. Pero también advertimos, *que por poco que se pueda avanzar en esta línea, es preferible trabajar sobre este horizonte, que el seguir permitiendo que la televisión frustre nuestra evolución humana a través del despilfarro de nuestra energía colectiva por las permanentes trampas de valores que producen los ciclos ideológicos del desperdicio cultural. Hay que subrayar que la sociedad mexicana está plena de tremenda energía acumulada, pero fragmentada, que lo que requiere es que sea canalizada a través de proyectos culturales y políticos para devolverla a la sociedad y dar nuevos pasos históricos que nos superen como nación.*

Pensamos que el colaborar ahora desde la televisión y otros medios de comunicación a descontaminar la atmósfera, a descentralizar la población nacional, a regenerar el ciclo ecológico, a racionalizar el uso de los recursos no renovables, a incrementar la producción de alimentos, a reducido la tasa de natalidad, a respetar la vida animal, a elevar los mínimos de bienestar social, a generar empleos para la juventud, a desarrollar la sociedad, no es romanticismo, ni mesianismo, ni voluntarismo político, sino exigencias elementales para nuestra sobrevivencia humana. Si no actuamos ahora a través de la televisión transformando nuestras mentalidades para estar más conscientes de nuestros problemas nacionales y de nuestras alternativas de solución como país, para el nuevo milenio heredaremos una sociedad enormemente más inhumana e inhabitable que la que ahora enfrentamos. Hoy la televisión pública tiene que dar salidas a la nación.

*Sin embargo, frente a esta panorámica, paradójicamente, hasta el momento, encontramos que en nuestra República el gobierno ha tenido suficiente voluntad política para realizar la reforma económica, la reforma moral, la reforma administrativa, la reforma fiscal, la reforma educativa y la reforma jurídica, pero por razones inexplicables, no ha mostrado decisión pública para ejecutar, la que a nuestro juicio es la modificación más importante de todas ellas: la reforma mental del país a través de la transformación del funcionamiento de los medios electrónicos de comunicación nacionales.* Esto es, no obstante que durante la década de los sesenta nuestra sociedad demandó la instauración de claras políticas de comunicación en el país; que durante los años setenta los principales grupos sociales de la República pidieron reiteradamente durante más de diez años el establecimiento del Derecho a la Información. Que en 1983 la Consulta Popular sobre Medios de Comunicación exigió por parte de más de 3 mil sectores la reforma profunda de la televisión. Que a lo largo del sexenio 1994-2000 numerosas organizaciones políticas, académicas y civiles han solicitado subrayadamente la democratización de estos medios, etcétera; en ésta gestión política el Estado mexicano se ha interesado por enfrentar, en mayor o en menor medida, el problema de la inflación, el conflicto del adelgazamiento del aparato gubernamental, el lastre del pago de intereses por los préstamos extranjeros, el obstáculo de la concentración industrial, el saneamiento de las empresas públicas, la ampliación de la salud social, el fortalecimiento de nuestra política exterior, la modernización del abasto, la planeación urbana, la firma del Tratado de Libre Comercio, etcétera, y no ha corregido sustantivamente las grandes desviaciones culturales que se han producido por la actual operación de los canales de información, especialmente de la televisión.

En este sentido, observamos que no obstante haberse incrementado fuertemente muchas de las contradicciones sociales, en los anteriores sexenios, también constatamos que en esta administración pública, el Estado mexicano ha manifestado una clara voluntad política para propiciar un importante crecimiento de varias ramas de la expansión nacional, como son el área financiera, de exportaciones, de productividad, de modernización industrial, turístico, agrícola, de salud, de educación, pesca, jurídico, demográfico, ecológico, etcétera; pero no ha mostrado voluntad política para realizar progresos sustantivos para elevar el grado de conciencia de la población frente a nuestros grandes problemas de crecimiento: *teniendo infraestructura comunicativa de sobra para lograr un avance notable en el cambio de nuestra mentalidad colectiva, una vez más, el cerebro*

*de nuestra sociedad se mantiene aletargado y su crecimiento evoluciona a un ritmo más lento que el que exigen las necesidades de desenvolvimiento de la población nacional.*

*La gran ausencia política en ésta y las anteriores gestiones gubernamentales ha sido el no planificar el uso de los medios de comunicación, y en especial, de la televisión, para impulsar el desarrollo de nuestra nación. Ello significa, que el problema de la transformación comunicativa del país es una realidad más álgida que la del pago de nuestra monumental deuda externa, porque lo que se produce a través de la modificación de ésta, en última instancia, es la liberación de la conciencia de los seres humanos que mueve los órdenes establecidos por el poder. Una vez más se confirma que la clase gobernante tiene mucho miedo al despertar de la conciencia de los nuevos grupos sociales. Le tiene pánico a la libertad de los hombres.*

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 de comunicación colectivos, que derivarán, tarde o temprano, en la construcción un nuevo Estado Ampliado paralelo al oficial, con el consecuente acrecentamiento de nuestra crisis de hegemonía nacional. Ejemplo de ello han sido el surgimiento temporal de los medios «contraestatales» como «Televerdad», «Radio Vampiro» y «Radio Pirata».

El conjunto de estos indicadores políticos reflejan que al terminar la década de los años noventa la sociedad mexicana concluye el siglo y comienza el próximo tercer milenio afectada por tres grandes tendencias políticas comunicativo-culturales de masas:

En primer término, la sociedad mexicana termina con un Estado débil que ha renunciado a no 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 este terreno. En este sentido, el Estado mexicano a través de su postura de la autorregulación ha optado por defender los intereses del proyecto de super concentración de riqueza y no los derechos y garantías individuales mas elementales que los ciudadanos han demandado desde los años sesenta.

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 los 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.

Y, finalmente, en tercer término, el cerebro de la sociedad mexicana queda debilitado enormemente 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 sociedad civil organizada.

#### **HACIA LA CIUDADANIZACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

En los tiempos de transición democrática que ahora vivimos en el México de finales del siglo XX, resulta estratégico rescatar y ampliar los pocos espacios que se han dedicado a la difusión y construcción de valores democráticos y de formación de una cultura cívica en México, a través de los medios de comunicación de masas y proponer alternativas culturales para impulsar la edificación de una cultura cívico-democrática en nuestro país.

Pensamos que con la consideración y aplicación de estas políticas, y otras más, se podrá colaborar a producir contextos más humanos que los que ahora nos enmarcan en el país; ya que de no transformar esta tendencia, para el próximo siglo tendremos en México centros regiones económicas más interrelacionadas con la globalización, con más máquinas inteligentes, con mayores inversiones extrajeras, con más centros de información, con mayor incorporación de nuestra economía a los procesos de globalización, con más edificios modernos, con más automóviles, con más super carreteras, etcétera, pero también tendremos en nuestra república conglomerados de comunidades humanas más destruidas a los que ahora conocemos por la ausencia de una cultura cívico-democrática.

*El colaborar ahora desde los medios de comunicación y otras infraestructuras culturales a crear una base cultural de valores democráticos, ciudadanos y de cultura civil; no es romanticismo, ni mesianismo, ni voluntarismo político, sino que son exigencias elementales para nuestra sobrevivencia humana como nación plural. Si no actuamos ahora a través de los medios de comunicación transformando*

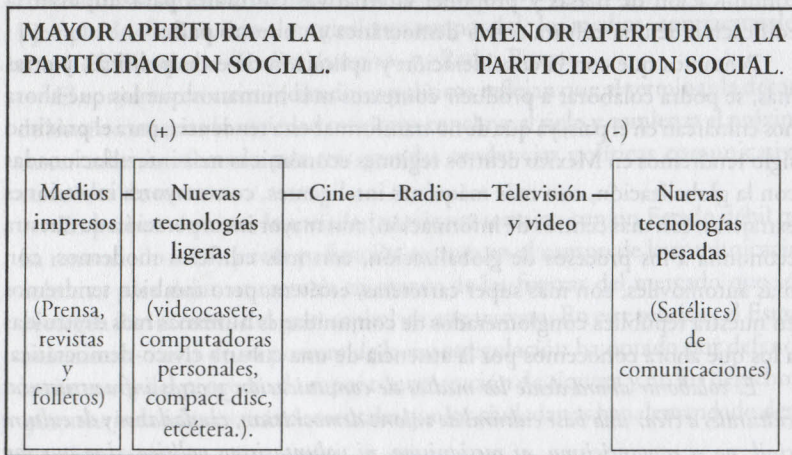
nuestras mentalidades para estar más conscientes de nuestros problemas nacionales y de nuestras alternativas de solución como país, para el año 2000 heredaremos una sociedad enormemente más inhumana e inhabitable que la que ahora enfrentamos. *Hoy los medios de comunicación tienen que dar salidas a la nación de finales del milenio.*

Sintetizando, podemos decir que para *el sexenio de gobierno 1994 a 2000, de no diseñarse las políticas de comunicación de las televisiones nacionales desde los principales conflictos que obstaculizan el desarrollo de los grupos fundamentales del país; se volverá a vivir la profunda contradicción existente entre la cultura nacional y el proyecto de desarrollo global que se ha arrastrado en las últimas décadas. Cada uno se disparará por senderos distintos, la cabeza social avanzará por un lado y el cuerpo por otro aumentando rápidamente, con ello, la descomposición de la sociedad.*

*No podemos olvidar que la superación de la crisis nacional que nos enmarca requiere la producción de un nuevo eje cultural, y éste deberá girar alrededor de la renovación de los medios de comunicación nacionales, especialmente de la televisión.*

Cuadro No. 1.

Diagrama de participación de los movimientos sociales en México a través de los medios de comunicación.



NOTAS

- 1 Armando Labra, «Prólogo», *La legislación mexicana en radio y televisión*, Colección Ensayos, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, primera reimpresión, México, 1989, p. 7.
- 2 «Información relevante Sobre medios de comunicación en México», documento estadístico de apoyo preparado para la Conferencia Internacional sobre «El Derecho a la Información en el Marco de la Reforma del estado en México», Cámara de Diputados, LVII Legislatura, mayo de 1998, México, 27 p.
- 3 «Un estudio reveló que los mexicanos son los que más tiempo pasan frente a la televisión en América», *Crónica*, 7 de abril de 1998; «Los mexicanos pasan más horas frente a la televisión», *El Nacional*, 7 de abril de 1998.
- 4 Participación de los movimientos sociales, a través de los medios de comunicación.

#### **Espacios de Comunicación 4**

Esta obra se terminó de imprimir en junio de 2000  
en los talleres de Diseño y Letras,  
División del Norte. 2322, Col. Portales, México, D.F.  
Tel./Fax 5656 22 35  
bajo el cuidado del Sr. Gerardo Rosillo Parra.

Esta edición consta de 800 ejemplares.