

México en el siglo XXI: hacia un nuevo modelo de comunicación democrático

Por Javier Esteinou Madrid.

Investigador del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.

Síntesis

Al final del siglo XX los medios de información colectivos se han convertido en el centro del poder contemporáneo de nuestra nación. Es decir, ya no sólo son instituciones importantes o el cuarto poder, sino que ahora son "el Primer Poder" que existe en nuestra sociedad. Es por ello, que en los espacios cotidianos de las relaciones simbólicas 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.

Sin embargo, pese a que los medios de información se han convertido en el primer poder, en términos legales su operación ha quedado enorme e históricamente descuidada por el Estado mexicano y la sociedad civil. Así, durante varias décadas se abandonó su comportamiento a un funcionamiento, por un lado, autocrático, espontáneo e incluso caprichoso de los intereses de los grandes propietarios que los operan; por otro, a los intereses cíclicos de los grupos de poder en turno; y finalmente, a la dinámica de la "Mano Invisible" de los voraces principios de la acumulación de mercado, sin una cuidadosa legislación actualizada que normatice dicha operación en favor de los intereses de los grandes grupos sociales.

Es por ello, que ante el nuevo gobierno mexicano de transición pacífica a la democracia es necesario repensar qué hacer en términos políticos para crear otro proyecto colectivo de comunicación social que sí rescate el espíritu de estos planteamientos esenciales para democratizar a la sociedad mexicana. De aquí, la enorme importancia de que la sociedad civil presione al Congreso de la Unión con diversas propuestas avanzadas de comunicación para reglamentar con gran profundidad y equilibrio la operación de dichos medios, 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.

I. Los medios de información colectivos como centro del poder contemporáneo

Debido a las nuevas capacidades tecnológico-materiales que durante el siglo XX y principios del siglo XXI conquistaron los medios de información colectivos, especialmente los electrónicos y a las transformaciones urbano políticas que se dieron; éstos se convirtieron en el centro del poder ideológico y político contemporáneo de nuestra nación. En este sentido, de haber sido instrumentos de difusión relevantes en 1960 en México, de transformarse en instituciones importantes de socialización en 1970 y de convertirse en el *cuarto poder* político a partir de 1980, como corresponsables del poder; al principio de 2000 se transformaron en el vértice del poder actual. Es decir, ya no sólo son simples instituciones importantes de información o el *cuarto poder*, sino que ahora se han convertido en el "Primer Poder" ideológico que existe en nuestra sociedad.

Con la conquista de esta posición, los medios de información se han convertido en las extensiones del hombre y de las instituciones y en consecuencia han construido una nueva zona de acción social: el espa-

cio virtual. En este sentido, la emergencia de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías de información en México, no sólo representó la maduración del modelo de la *Sociedad de la Información* y la radical transformación de las superestructuras culturales de nuestras comunidades; sino que básicamente, el fenómeno más relevante que produjo, fue la expansión intensiva de la dimensión ideológica de la sociedad mexicana a una esfera más amplia y versátil. En términos generales, con la presencia de los canales de difusión la sociedad mexicana en su conjunto sufrió una gran dilatación cultural, desde el momento en que las instituciones, los grupos o los individuos pudieron extender a distancia la realización de sus tareas o funciones específicas tradicionales, a través de las tecnologías de información y comunicación¹.

Así, el espacio público comprendido como el territorio libre, abierto y autónomo donde participan los individuos, los grupos y las instituciones según sus intereses y necesidades, se transformó sustancialmente con la existencia de los medios de información originando nuevas esferas públicas, según fueron las características y el impacto social que produjo cada nueva tecnología de comunicación que emergió en nuestro territorio. En este espacio público se dan acciones privadas y acciones públicas. En este sentido, la revolución tecnológica de los medios de información los convirtió en las herramientas básicas para construir lo *público* y actuar sobre la cosa *pública*.

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

Es por ello, que con la presencia de los medios de comunicación lo que se transformó en nuestra República, a corto plazo, fue el esqueleto ideológico de la sociedad en su conjunto y a largo plazo, el del Estado mexicano. Dicho espacio se convirtió en una nueva franja de interacción social donde se produjeron fenómenos de ampliación y extensión de las personas, los grupos, las instituciones y del Estado dando origen en México a la *Sociedad Extensa*. De esta manera, con ampliación de la sociedad extensa, vía la acción de las tecnologías de información, el Estado experimentó una gran transformación al interior de su estructura y dinámica económica, política, social y cultural, pues las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realiza, entraron en una nueva fase de extensión geométrica que dio origen a una nueva faceta del poder: el moderno *Estado Ampliado*².

Con ello, el Estado entendido como el conjunto de recursos administrativos, jurídicos, ideológicos, educativos, etc. que se destinan para gobernar y dirigir a la sociedad y para conservar y reproducir el poder, se transformó con el surgimiento y la acción de cada nueva tecnología de información que impactó sobre nuestra sociedad. De esta forma, se creó, cada vez más, una sociedad mediática que produjo una nueva atmósfera cultural colectiva de naturaleza *virtual* o *comunicósfera* que ocasionó que el conjunto de las principales instituciones de gobernabilidad, ahora funcionen a distancia por intermediación de los canales de información, especialmente electrónicos y las nuevas tecnologías de información. En este sentido, la casi totalidad de las instituciones tradicionales como son la escuela, los partidos políticos, el Congreso, la iglesia, las secretarías de Estado, las empresas, los órganos de gobierno, los movimientos sociales, las dinámicas comunitarias, etc., buscan proyectarse y ampliarse vía los medios de información, asumiendo las reglas mediáticas que imponen éstos, ya que lo que no aparece en los medios muy difícilmente existe en la conciencia colectiva: los me-

Notas

¹Una concepción intuitiva pero también idealista sobre la forma como la sociedad se modifica con la presencia de las tecnologías informativas, la encontramos de manera embrionaria en el pensamiento de Marshall Mc. Luhan. Consultar *La Comprensión de los Medios como las Extensiones del Hombre*, Editorial Diana, S.A., México D.F., 1979. Una crítica moderada al pensamiento de Mc Luhan puede consultarse en Gianpiero Gauraleri, *La Galaxia de Mc Luhan*, Editorial ATE, España, 1981. Para un panorama general sobre la línea de evolución que han seguido las tecnologías de información desde el telégrafo en 1840 hasta la comercialización de los cristales de silicio, consultar *Un Sólo Mundo. Voces Múltiples Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*, Fondo de Cultura Económico, México, D.F., 1985, páginas 31 a 36.

²El concepto del Estado Ampliado es una categoría analítica totalmente abandonada por la reflexión crítica de la comunicación europea y latinoamericana. La única disciplina que la ha retomado y desarrollado ha sido la Ciencia Política a través de la teoría de los aparatos de hegemonía, representada, especialmente, por los brillantes trabajos de Christine Buci-Glucksmann. Nuestro esfuerzo consiste en recuperar dicho arsenal teórico olvidado para enriquecerlo y expandirlo con las aportaciones que ha ofrecido la evolución material de los medios de comunicación y de las tecnologías de información sobre la trama de los aparatos de hegemonía tradicionales. Estamos convencidos de que esta matriz teórica es una de las

dios se convirtieron en el epicentro cultural, ideológico y espiritual de la sociedad mexicana de principios del nuevo milenio.

La expansión de esta realidad mediática modificó la estructura, dinámica y fronteras del Estado mexicano y de la cultura nacional creando un nuevo tejido en la esfera del poder que generó al Estado Mexicano Ampliado. De esta forma, surgió el Estado mediático que se caracteriza por ejecutar sus tradicionales funciones de dirección, educación y gobernabilidad, vía los medios de información como brazos o prótesis de expansión de sus capacidades de orden, administración, educación y de dirección. Así, observamos el surgimiento de nuevas políticas de difusión que dieron origen a la tele administración pública, el tele deporte, la tele educación, la tele banca, la tele oración, la tele medicina, la tele venta, la tele diversión, la tele política, la teleguerra, la radio asistencia psíquico-emocional, la radio orientación vial, la radio iglesia, la radio orientación sexual, etc.

Con ello, el funcionamiento de los medios atravesó la operación práctica de todas las instituciones sociales básicas para la dirección del país, al grado de sustituir en algunos períodos o reubicar 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 las iglesias; la capacidad persuasiva y seductora de los medios ha construido nuevas credibilidades y hegemonías basadas en estrategias de seducción de mercado cuyo termómetro de éxito ha sido el rating. Incluso en el período de transición pacífica a la democracia, donde se han movido las viejas estructuras de orden y control para dar paso a la apertura social, ante el acotamiento del tradicional poder unipersonal del Poder Ejecutivo y la falta del nuevo gobierno de una firme política de conducción nacional eficiente, se ha creado, una crisis institucional y de gobernabilidad que ha generado vacíos de poder que gradualmente han ocupado los medios de información para dirigir a la sociedad³.

Así, en la vida cotidiana el poder mediático de los medios cada vez más sustituye a la política y se transforman en los representantes de la voz y la opinión de la sociedad, cuya tutela se confirma diariamente con la aplicación de las encuestas de opinión que realizan estos y que ha dado origen a la *sondeoocracia electrónica* que cotidianamente se promueve intensivamente como la nueva forma de participación y democracia colectiva.

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

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

De esta manera, en los espacios cotidianos de relación simbólica que permanentemente producen los aparatos cotidianos de comunicación entre emisores y colectividades, es la principal arena social donde diariamente se construye o destruye, mental y afectivamente, a la sociedad mexicana y al Estado. Por

principales vetas y directrices conceptuales que nos permiten comprender las funciones y transformaciones que ejercen las tecnologías de comunicación dentro del actual ámbito del poder.

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

consiguiente, podemos afirmar que en la sociedad mexicana de 2000, cada vez más, las batallas políticas o sociales se ganan o pierden en los medios de comunicación colectivos y no en otras áreas de las contiendas sociales. Con ello, a principios del tercer milenio la hegemonía social, es decir el principal trabajo masivo de *convencimiento, asentimiento y dirección social*, se logra pacíficamente vía los medios de comunicación colectiva y no mediante otros aparatos ideológicos de la gobernabilidad. Los medios y su producción simbólico cultural, se convirtieron en el principal cemento eficiente que articula o desarticula cotidianamente a los grupos sociales.

Sin embargo, aunque los medios han alcanzado un enorme poder creciente sobre la conciencia de la sociedad, en ningún momento podemos pensar que su acción actúe como una *aguja hipodérmica* que produce efectos mecánicos, automáticos u omnipotentes sobre los individuos; que no existen resultados acabados sobre los auditorios; que no producen consecuencias mágicas sobre los receptores; que su efectividad de convencimiento no depende totalmente de las imágenes o datos que se transmiten, sino de otros procesos sociales complementarios, etc. Sus resultados siempre dependen de los múltiples procesos de recepción, resistencia, reprocesamiento de los auditorios según sus distintas coyunturas de vida.

Pero esta mediación central que ejercen los medios, no significa, en ningún momento, que la capacidad de persuasión que realizan sea absolutamente aplastante para convertir en socialmente dominante cualquier mensaje o sentido transmitido por éstos y mecánicamente doblegar las conciencias y las acciones de todos los ciudadanos que son tocados por estos⁴. De esta forma, no obstante que los medios de difusión no son instituciones omnipotentes para producir efectos automáticos sobre los auditorios, gracias a las evolucionadas capacidades materiales que han alcanzado, poseen suficientes habilidades tecno-ideológicas efectivas, históricamente ya comprobadas, para crear y cambiar las formas de pensar y actuar, y para

imprimir fuertes direcciones sociales a los campos de conciencias de los mexicanos: su principal poder es virtual y mediático y de aquí se derivan otras influencias económicas, políticas, mentales y espirituales sobre la sociedad. Dichas tendencias se generan a través de la práctica de la *agenda setting*, que es la capacidad informativa y pedagógica que despliegan los medios de información para centrar cotidianamente la atención de los diversos públicos en sólo algunas realidades y no en otras, vía sus políticas de información o de programación. Con ello, de forma silenciosa permanentemente construyen una jerarquía del conocimiento de la realidad, de los valores, de la política, de la cultura, de la historia y de la vida que se convierte en un marco fundamental de referencia y de acción que articula a los ciudadanos. Así, la *agenda setting* se ha transformado en una de las principales herramientas comunicativas para construir diariamente la hegemonía social en México.

En este sentido, la construcción o destrucción de la realidad masiva cotidiana, es decir, de lo que existe o no existe, de lo que es bueno o es malo, de lo que hay que recordar o hay que olvidar, de lo que es importante o no, de lo que es verdad o es mentira, de lo que es visible o invisible, de lo que son valores o antivalores, de lo que es la opinión pública o de lo que no es, de lo que es virtuoso o no, de lo que hay que hablar o 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 día no se puede hacer política sin la acción persuasiva de los sistemas de información colectivos. No son el aparato jurídico, pero hoy los medios se han convertido en los *tribunales electrónicos* que

⁴Esteinou Madrid, Javier; *Hacia la Primavera del Espíritu Nacional. Propuesta Cultural Para Una Nueva Televisión Mexicana*, Editorial Programa Cultural de las Fronteras y Fundación Manuel Buendía (FMB), México, D.F., 1989, páginas 37 a 39.

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 única fuerza de modelación social, pero ellos nos orientan mentalmente para ver fundamentalmente hacia el Norte y no hacia el sur del continente. 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 moral, pero ellos indican qué se puede tolerar y qué se puede reprimir. No son los sentimientos, pero en la actualidad el campo emocional de los grandes grupos se mueve al ritmo de la programación de los medios. No son la geografía, pero hoy aprendemos las coordenadas geográficas fundamentales a través de la programación de los medios. No son el pensamiento, pero nos dicen sobre qué pensar y cómo pensar. No son la memoria del país, pero hoy día la agenda del recuerdo social cotidiana se construye progresivamente desde los medios de difusión de masas. No son la imaginación, pero son las instituciones con mayor capacidad simbólica para crear y reproducir los imaginarios sociales. No son la dinámica social, pero los conglomerados humanos se articulan o desarticulan a partir de la información que distribuyen los medios. No son la historia, pero ellos reconstruyen la historia central de las naciones, etc. En pocas palabras, son como el oxígeno, no lo son todo, pero sin la presencia de éste no puede existir la vida.

En una idea, a partir de las grandes capacidades de información, persuasión y movilización que han conquistado sobre los campos de conciencia de los auditorios a principios del siglo XXI, el poder de los medios es tal que se han convertido en los *Nuevos Principes del Estado Moderno* que definen lo que existe y lo que no existe y la forma como subsiste. Así, los contenidos, las verdades e ideologías mediáticas, cada vez más, han sustituido al resto de

las verdades sociales, incluyendo a las jurídicas, culturales, éticas y morales.

Esta asombrosa expansión tecnológico material de los medios de información creó a principios del siglo XXI una sociedad mexicana altamente mediatizada en sus procesos colectivos de interacción que cambió radicalmente las formas tradicionales de convivencia, organización e inserción comunitarias. 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 y no sólo por las caprichosas dinámicas del mercado.

II. 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 intervenciones desde lo cerrado, hasta lo abierto y varía de 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.

De esta forma, 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 alcanzó 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 del mismo 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 alcanzó los 110 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 vía 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, la mayoría de las universidades o centros de educación superior, los transportistas, los grupos de amas de casas, las asociaciones de padres de familia, los grupos de colonos, los estudiantes, los profesionales, no disponen de espacios en las pantallas para plantear y discutir sus problemáticas particulares. Las únicas excepciones se dan cuando alguno de estos sectores, por alguna circunstancia, se convierten en noticia y entonces son difundidos por los medios como las mercancías informativas del momento y desaparecen cuando dejan de ser novedosos, sin contar con ningún derecho civil para participar en estos cuando ellos lo requieren.

Incluso este marginamiento llegó a tales extremos históricos que "pese a que el Congreso de la Unión es el corazón político del país, pues los principales asuntos públicos cruzan por éste y a que desde el origen de la radio y la televisión el Estado mexicano contó con suficientes recursos tecnológicos y espaciales para dotar de medios de comunicación propios al Poder Legislativo; fue hasta el 28 de agosto de 2000, es decir, setenta años después del surgimiento de la radio y cincuenta años posteriores al nacimiento de la televisión en México, cuando el Congreso inauguró su propio Canal de Televisión. Durante todas estas décadas, la imagen pública del Congreso de la Unión fue construida desde las políticas privadas de los medios comerciales, y por lo tanto, desde la tiranía del *rating* manejada por la lógica del mercado; y no por otras dinámicas de articulación Estado-sociedad. Debido a ello, en muchos momentos la imagen del Poder Legislativo fue elaborada y transmitida con simples criterios de obtención de *auditorios cautivos*, mediante la espectacularización del Congreso y no desde las bases para la edificación de una ciudadanía mejor informada para decidir sobre los asuntos y procesos públicos"⁵.

Por otra parte, por ejemplo, después de 72 años de historia de la radio y de 51 de la televisión en México, la ciudadanía no ha podido conquistar el derecho elemental de Réplica en los medios de información y continúa siendo una sociedad receptora y no emisora de mensajes. Paradójicamente, mientras en ese contexto los grupos sociales históricamente no tuvieron acceso a la participación en los medios de comunicación, la distribución desigual de acceso a los mismos, permitió que de marzo a junio de 2002, Televisa pudiera utilizar 3 canales del sistema Sky para transmitir las 24 horas del día la programación completa de la telebasura frívola, insustancial y vacía de Big Brother durante 3 meses y medio.

En este sentido, debido a que no se ha permitido la participación de los grandes grupos o entidades fundamentales en los medios electrónicos, particu-

⁵ "El Canal de Televisión del Congreso de la Unión y la Transformación de la Imagen del Poder Legislativo", Canal de Televisión del Congreso de la Unión: La Visión del Diálogo, H. Cámara de Diputados, Palacio de San Lázaro, México, D.F., 22 de noviembre del 2001., página 4.

larmente en la televisión, tanto pública como privada, éstos continúan desvinculados 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, especialmente la televisión, siguen 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 en los casos extremos o de aperturas políticas coyunturales, nos conduce a reflexionar y sentir los problemas centrales de nuestra sociedad. En una idea, 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.

III. El modelo de comunicación para los jodidos

A partir de los grandes condicionantes históricos de control político aplicados al funcionamiento de los medios de información en México, se construyó por décadas en el país un modelo dominante de comunicación que se caracterizó por ser monopólico (Duopólico); vertical; concentrado; unidireccional; hermético; elitista; discrecional; autoritario; excluyente de los grandes grupos sociales; cancelador del Derecho a la Información; restrictor de la libertad de expresión e impulsor de la libertad de empresa; promotor de la difusión de la información y de la dinámica de la comunicación; negador de los derechos comunicativos elementales de los ciudadanos; fomentador de la dinámica de mercado y no del servi-

cio público; promotor de una programación basada en el cuádruple eje constituido por los espectáculos, el consumo, los deportes y la información light y no en el análisis y la discusión de los grandes problemas de la agenda nacional; finalmente, dio voz y participación a una minoría y silencio u olvido para la mayoría social.

La presencia de este modelo de comunicación fue una pieza estructural fundamental que colaboró de forma sustancial a conservar por más de 7 décadas al viejo régimen político en el país. Así, durante el siglo XX en México, el modelo de comunicación, el modelo de gobernabilidad vertical del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el modelo de antigua clase política, vía complicidades, secrecías y canonjías, siempre fueron de la mano para conservar el sistema político autoritario más largo de la historia del México moderno.

Las consecuencias del impacto político, social y cultural de dicho modelo de información alcanzó su mayor claridad cuando el intelectual Carlos Monsivais declaró en los años 80 que "en México, el verdadero Ministerio de Educación era Televisa y no la Secretaría de Educación Pública (SEP) y que gracias a la programación de la televisión mexicana ya habían nacido varias generaciones de norteamericanos en México". Esta realidad obtuvo su cúlmen de expresión despótica cuando Don Emilio Azcárraga Milmo, Presidente y accionista mayoritario de Televisa, expresó en 1993 que "estamos en el negocio del entretenimiento y de la información, y podemos educar, pero fundamentalmente entretener ... México es una clase modesta muy jodida, que no va a salir de jodida, por lo tanto, Televisa hacia televisión para los jodidos, pues México era un país de jodidos ..." ⁶. De esta forma, durante muchos sexenios surgió en el país el *Modelo de Comunicación Para los Jodidos* cuya esencia, con distintos matices, adaptaciones y características, fue el prototipo informativo que, en mayor o menor grado, también siguieron y aplicaron las otras instituciones comerciales de televisión en la República.

⁶ "Televisa no está vinculada al poder ni a la política", periódico *El Nacional*, México, D.F., 11 de febrero de 1993 y "Televisa y la Clase Media", revista *Proceso*, México, D.F., 15 de febrero de 1993, en: *Aires de Familia. Cultura y Sociedad en América Latina*, XXVIII Premio Anagrama de Ensayo, Anagrama, México, D.F. 2000, páginas 217 y 218.

A su vez, el Estado Mexicano de los últimos 40 años aportó su cuota de cinismo, manipulación y prepotencia para conservar dicho *Modelo de Comunicación Para los Jodidos* al no reglamentar durante tres décadas el Derecho a la Información, ni incorporar ninguna de las miles de propuestas planteadas en los foros populares, las consultas públicas y los espacios ciudadanos de discusión organizados por los gobiernos en turno para examinar y transformar el proyecto de comunicación de la República y crear los Planes Sexenales de Desarrollo en esta materia. En todos ellos, se concluyó con la frase célebre de "no encontrarle en términos comunicativos la cuadratura al círculo" y en otros momentos argumentar que "reglamentar el Derecho a la Información conllevaría más riesgos que beneficios".

En síntesis, podemos decir que al funcionar como primer poder, los medios se convirtieron en las extensiones de punta del poder que los controla y no en la ampliación del poder de toda la sociedad que los financió y que sólo recibió sus consecuencias mediáticas por decenios. Los medios se transformaron en el monopolio del poder que generó una mediocracia que durante muchas décadas contribuyó sustancialmente a producir un país de siervos obedientes y no pensantes y actuantes críticos.

De esta manera, la hermética estructura de control de los medios ocasionó, cada vez más, que las políticas públicas, se elaboraran desde los criterios e intereses privados y no desde las dinámicas colectivas. En este sentido, en nuestro país las necesidades de la reproducción del gran capital y los motivos del viejo poder fueron el marco desde donde se reprodujo cotidianamente lo colectivo y lo público. Así, abiertamente frente a nuestras narices, durante varias décadas, el espacio público generado por los medios electrónicos se privatizó, transformando lentamente lo privado en público y lo público en privado, adquiriendo lo público las características de una mercancía regida por las leyes del marketing.

Con la magna concentración de poder que lograron los canales de información en México, gradualmente construyeron un Estado dentro del Estado tradicional que permitió que ampliaran sus concesiones de fuerza e influencia. Así, mientras la estructura de la comunicación social se convirtió en el primer poder que vigila, juzga y fiscaliza todas las áreas del funcionamiento de nuestra sociedad, especialmente del Estado-Gobierno; al mismo tiempo es el único poder autocrático que en la práctica política permanece sin ser supervisado a fondo por el interés colectivo y cada vez más, se propuso la autorregulación como herramienta básica para el acotamiento de los medios y no la ley como reflejo elemental del interés social. Con ello, se realizaron múltiples grados de impunidad desde estos ante la ciudadanía sin que existan eficientes límites contenedores que los acoten. De esta forma, durante décadas nos enfrentamos a la existencia de un cerebro colectivo, cada vez más privatizado, mercantilizado, desbocado y desvinculado del abordamiento de los grandes problemas nacionales, que controló y dirigió al resto del cuerpo social.

Toda esta realidad histórica se fortaleció más a partir de los años 80 con la aplicación del modelo de comunicación-mercado que fomentó el proceso de apertura, *modernización* y globalización de México, ocasionando una grave crisis cultural, moral y espiritual de nuestra sociedad. 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 y no sólo por las dinámicas de acumulación que señala la lógica del mercado.

IV. Los intentos de cambio para la Reforma del Estado

No obstante que los medios de información se han convertido en el primer poder y que por décadas ha

prevalecido un modelo de comunicación cerrado y vertical, en términos legales su operación ha quedado enorme e históricamente descuidada por el Estado mexicano y la sociedad civil. Así, durante varias décadas se abandonaron su comportamiento a un funcionamiento, por un lado, autocrático, espontáneo e incluso caprichoso de los intereses de los grandes propietarios que los operan; por otro a los intereses cíclicos de los grupos de poder en turno; y finalmente, a la dinámica de la "Mano Invisible" de los voraces principios de la acumulación mercado, sin una cuidadosa legislación actualizada que normatice dicha operación en favor de los intereses de los grandes grupos sociales.

Cuando más, en este descuido, Estado Mexicano delimitó a nivel constitucional una vaga normatividad para la operación de estos medios, pero sin actualizarla a los grandes desafíos tecnológicos, políticos y especialmente 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, solo equiparable a Libia, Irak, Katar, y Cuba; y por debajo de naciones como Paraguay, Colombia y Guatemala"⁷.

Por ejemplo, la **Ley de Imprenta** data de 1917 cuando fue promulgada por el entonces presidente Venustiano Carranza en un marco de conflicto social posrevolucionario y conlleva un espíritu represivo hacia la libertad de expresión. Por otra parte, pese a que la radio empieza a funcionar desde la década de los años 30 y la televisión desde los años 50, la **Ley Federal de Radio y Televisión** se creó hasta el 19 de enero de 1960 con el gobierno del Presidente Adolfo López Mateos y quedó atravesada 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**, se aplican hasta el 4 de abril de 1973.

De esta forma, 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 desprotegió los derechos de la población mexicana y se benefició a la estructura del poder monopólico y transnacional en el país.

Sin embargo, no obstante la herencia de este marco de retraso legislativo y del modelo dominante, la sociedad mexicana despertó desorganizada y aisladamente demandando cambios sustanciales en la estructura de la comunicación nacional a lo largo de diversos años. Así, durante los años 60 la sociedad civil solicitó la instauración de claras políticas de comunicación en el país. En los 70 los principales grupos sociales de la República pidieron reiteradamente durante más de 10 años el establecimiento del Derecho a la Información y su respectiva reglamentación constitucional. En 1983 la Consulta Popular sobre Medios de Comunicación organizada por la Secretaría de gobernación exigió por parte de más de 3 mil sectores la reforma profunda del sistema de televisión. A lo largo del sexenio 1994-2000 numerosas organizaciones políticas, culturales, académicas y civiles solicitaron subrayadamente la democratización de estos, a través de distintas consultas públicas y acuerdos políticos sobre comunicación y cultura.

Dentro de este marco histórico, con el fin de intentar actualizar dicha normatividad y modernizar la reforma del Estado en materia de comunicación social, a finales del siglo XX, de 1994 al año 2000, el viejo 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. La presencia de éstos en los espacios de participación social permitieron la exposición pública de múltiples diagnósticos y propuestas de todos los sectores sociales para la transformación del programa de comunicación y cultura del Estado mexicano. Así, a lo largo de la ce-

⁷ "México, entre los siete países con las leyes más atrasadas en materia de comunicación", *El Financiero* 24 de abril de 1998.

lebración de los 11 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 de la República Mexicana para la transformación del Estado en materia de información colectiva.

Dichas propuestas oscilaron desde la instauración del derecho de réplica en los medios, la formación del Código de Ética Periodística, la creación de la figura del Ombudsman de la Comunicación Colectiva, el aprovechamiento democrático del 12.5 % del tiempo oficial en los medios, 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, etc.

Sin embargo, pese a la 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 que presentó la sociedad mexicana para la transformación del Estado nacional, vía los Foros, los Seminarios y las Consultas Públicas, han sido negadas, menospreciadas, desconocidas y marginadas por la esfera del poder. Con ello, una vez más, vuelve a surgir la profunda desilusión y desencanto de la sociedad civil para considerar que los espacios de "apertura" que ha creado el Estado sean los conductos viables para la transformación de los medios de comunicación nacionales.

De esta forma, ninguno de los reclamos básicos de la sociedad civil fueron contemplados en el proyecto comunicativo del mercado y del poder al final del siglo XX. Con ello, el Estado desconoció perma-

nentemente 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.

Ante ello, podemos decir que todos estos espacios públicos e iniciativas generadas por el antiguo gobierno modernizador de finales del siglo XX, 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 vivió una gran estrategia gubernamental de burla y manipulación social para reforzar el proyecto autoritario del Estado y del poder en materia de información colectiva, con lo que se acrecentó el desencanto y la frustración de la sociedad civil para creer en el Estado como una plataforma desde la cual se pueda transformar el sistema de medios de difusión.

Así, a principios del nuevo milenio se volvió a repetir la misma historia de petrificación y antidemocracia del Estado mexicano en materia de comunicación social que la sociedad mexicana ha vivido desde la década de los años 70. Hay que recordar que el resultado de todas las consultas populares desde 1970 a la fecha siempre concluyeron por parte de las autoridades con el mismo resultado de "no encontrarle la cuadratura al círculo", y por lo tanto, no transformar el actual marco normativo de la comunicación social, permitiendo que en México continúe gobernando el mismo orden cerrado, viciado, discrecional desigual, frívolo e impune de los procesos comunicativos.

De esta forma, constatamos que los gobiernos del viejo régimen tuvieron voluntad política para realizar la reforma económica, la reforma moral, la reforma administrativa, la reforma fiscal, la reforma educati-

va y la reforma jurídica, pero sus intereses de poder evitaron ejecutar 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 en el pasado se dieron varios intentos de cambio del modelo de comunicación nacional; el Estado Mexicano se interesó 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, etc., y no corrigió las grandes desviaciones culturales que se produjeron por la actual operación de los canales de información, especialmente de la televisión.

Ello demostró, 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. Esta realidad reflejó que, en el campo de la comunicación y la cultura, al concluir el siglo XX, continuamos ante un Estado feudal posmoderno, sordo, insensible y prepotente que no comprende los latidos del corazón del *México Profundo* que demanda democracia, apertura, participación, pluralismo, multiculturalidad y democracia en materia de comunicación social. Estado Feudal mexicano que como en la Edad Media, vía el rígido control de los medios de comunicación públicos, no permite la participación de los grandes grupos en los procesos masivos de construcción de la conciencia social.

De esta manera, gracias a la confianza inicial que le otorgó la sociedad mexicana al Estado para que el espacio radioeléctrico fuera concesionado a sectores

privados para su explotación, como un bien público, propiedad de la nación y a las deformaciones históricas que de este proceso se han realizado; los medios alcanzaron la concentración de un enorme poder económico, político e ideológico por encima de la voluntad de la sociedad y el Estado; y se transformaron 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 con que cuenta la Constitución Política mexicana al principio del siglo XXI, han privilegiado los intereses de la vieja estructura de información de poder feudal por sobre los fundamentos jurídicos y el Estado de Derecho comunicativo de la nación que permitan construir las bases de la nueva República y fortalecer la democracia.

Incluso, la rigidez y negativa histórica del Estado mexicano para no transformar la estructura de medios de comunicación nacionales, fue tal, que en los últimos años, en términos generales, en la década de los noventa, la transición a la democracia se dio a pesar y en contra del sistema establecido de medios electrónicos de comunicación dominantes. No fue sino hasta que el despertar abrupto del proceso de democratización nacional empezó a rebasar a las estructuras de dirección de la gobernabilidad tradicional y de los partidos políticos, cuando los canales de difusión retomaron esta dinámica, pero no para fortalecerla centralmente como un derecho ciudadano elemental y universal; sino para incorporar la crítica pública al Estado y otros sectores decadentes como forma de venta de una mercancía mediática moderna para incrementar su rating de penetración social y adaptarse a las nuevas condiciones de la dinámica exitosa del mercado: el comercio de la crítica coyuntural mediática y no la construcción de la democracia de largo plazo.

Debemos tener presente que la construcción de la democracia no se puede alcanzar 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 que se convertirán en obstáculos para el crecimiento. Por ello, ahora es necesario generar la otra historia de la comunicación nacional mediante la reforma del Estado que permita la creación de otro modelo de comunicación social que supere el viejo esquema de información que históricamente asfixió y marginó a la mayoría nacional, pues éste ya no permite el avance del país.

Con la autorización deliberada de estas omisiones político-legales en la década de los 90 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 protegidos por el actual marco normativo de las industrias culturales. Así, cada vez más, la dinámica de las leyes del mercado rebasan los intereses colectivos de nuestro Estado Nación para fortalecer el proyecto de desarrollo equilibrado y promueven la realización de las bárbaras leyes del capital en el campo de la cultura y la conciencia social.

El conjunto de estos indicadores políticos reflejan que al comenzar el siglo XXI el proyecto de comunicación colectivo de la sociedad mexicana inicia su vida atravesado por cinco grandes fuerzas estructurales que definen la naturaleza de éste:

En primer término, la sociedad mexicana arranca el milenio con una aceleradísima revolución tecnoló-

gica en el terreno informativo que perfecciona de forma muy veloz las capacidades de penetración y persuasión de las industrias culturales, especialmente de las electrónicas, con el incremento paralelo de su poder hipnótico sobre la conciencia colectiva.

En segundo término, la comunidad nacional principió el siglo con un Estado débil en el terreno de las políticas de información, pues renunció 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 este área. En este sentido, el Estado mexicano a través de su postura de la autorregulación informativa optó por defender los intereses del proyecto de super concentración de riqueza y no los derechos y garantías individuales más elementales que los ciudadanos han demandado desde los años 60.

En tercer término, la estructura mental de nuestra comunidad nacional comienza el milenio 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 (*Modelo de Información Para los Jodidos*); 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.

En cuarto término, el conjunto de los partidos políticos mantienen una posición de despreocupación e irresponsabilidad por el problema de las políticas nacionales de comunicación, salvo en los momentos electorales que pelean desesperadamente el espacio y tiempo de exposición de sus candidatos en los medios para ganar votos o en coyunturas políticas críticas muy especiales donde estén obligados a 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 en el país.

Y finalmente, en quinto término, aunque existen cada vez más brotes importantes 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 ciudadanía organizada. En el ámbito de la comunicación se vive el mayor nivel de hipnotización mental que se da en todos los órdenes sociales y que impide el despertar colectivo organizado para transformar la estructura de comunicación nacional.

Por ello, en este nuevo período histórico de transición pacífica a la democracia, ahora es crucial que la sociedad mexicana replante qué hacer en términos políticos para crear otro proyecto colectivo de comunicación social que permita el avance de la construcción de la democracia y sobrevivencia nacional.

V. La transición política a la democracia y la reforma comunicacional del Estado mexicano

El desarrollo desigual seguido por la sociedad mexicana durante el siglo XX gestó gradualmente, a lo largo de varias décadas, fuertes contradicciones estructurales que produjeron muchas tensiones sociales que exigieron colectivamente respuestas y salidas históricas correctivas. Así, esta situación generó un largo proceso de despertar y transformación profunda de grupos sociales que adquirieron forma con el Movimiento Estudiantil de 1968, el despertar civil con el terremoto de 1975, el movimiento de protesta social generado con las elecciones frustradas del cardenismo en 1988, el levantamiento zapatista del 1 de enero de 1994, la autonomía del Instituto Federal Electoral en 1996 y finalmente, cristalizó con las elecciones democráticas del 2 de julio de 2000 donde el Partido Revolucionario Institucional (PRI) fue substituido, después de 70 años en el poder, por el Partido Acción Nacional (PAN).

Con todo ello, se produjo lentamente un proceso pacífico de transición a la democracia que desembocó en la exigencia de abandonar radicalmente el viejo régimen político. Clamor colectivo de la comunidad nacional que no sólo demandó la transformación del orden económico, político, financiero, electoral, laboral, urbano, burocrático, etc. de la República; sino también el cambio profundo de las estructuras comunicativas. Es decir, con este cambio de dirección política la comunidad nacional también eligió la vía de construir otro modelo de comunicación que supere el viejo *Modelo de Información Para los Jodidos* y permita la creación de un *Nuevo Orden Comunicativo* nacional que rescate los derechos de comunicación básicos de la ciudadanía, que posibilite la participación comunicativa de los grandes grupos sociales y que aporte nuevos equilibrios informativos para la sobrevivencia social.

Por ello, la transformación del sistema político mexicano que se dio después de 70 años con la transición pacífica a la democracia, ahora requiere para su consolidación, no sólo la modificación de las arcaicas estructuras de la gobernabilidad del viejo Estado que operaron durante mucho tiempo hasta llevarnos al caos social; sino que además exige la modificación del actual sistema cerrado, vertical, viciado y autoritario de comunicación nacional, que dominó en las últimas décadas. Esto es, el proceso de construcción de la democracia en México no se puede alcanzar sin la profunda democratización de los medios de información colectivos: Democracia social es sinónimo de apertura y pluralidad de los canales de información, por consiguiente, no puede existir democracia, si no existen sistemas de comunicación democráticos.

En la actualidad, no puede edificarse un gobierno moderno y avanzado, sin la transformación democrática e integral de sus instituciones de cultura y medios de comunicación colectivos, ya que es a través de ellos, como se realiza cotidianamente la principal forma de conducción, organización y participa-

ción colectiva en comunidad. Es desde la democratización del sistema mediático como se puede reconstruir de manera principal el tejido democrático y participativo de la sociedad.

Si los medios son concesiones que la sociedad le entrega al Estado como rector de lo *público* para que las supervise en base al bien común, y éste las entrega a concesionarios bajo esta perspectiva, es razón de Estado que éste las vigile para que sirvan para el crecimiento de la sociedad y no para su estancamiento. En este sentido, para lograr la transición pacífica a la democracia en México, hoy es indispensable superar la herencia del viejo modelo de comunicación y mediante la reforma del Estado, generar la otra historia de la comunicación nacional que permita la creación de otro modelo de comunicación social que supere el viejo esquema de información que históricamente marginó y asfixió a la mayoría nacional y permita el rescate del México profundo y la expresión de su infinita pluralidad multicultural: El viejo *Modelo de Comunicación Para los Jodidos* es un lastre fundamental que impide el crecimiento y avance de la sociedad mexicana. Hoy, es la hora de construir el nuevo México comunicativo, ciudadano y no frívolo.

El mecanismo central para elaborar un nuevo modelo de comunicación nacional y democratizar a los medios de información, pasa necesariamente por la realización de la reforma integral del Estado mexicano. Por ello, para reformar al Estado en materia de comunicación, ciudadanizar los medios de información en México y dar, a través de éstos, algunas salidas de participación a los grandes grupos sociales; es indispensable modificar el viejo pacto social de comunicación unilateral, hermético, obsoleto y discrecional que existió entre el Estado mexicano y los concesionarios de los medios de comunicación y que sirvió de base para consolidar durante tres cuartas partes del siglo XX al decadente régimen político anterior. Ahora, es necesario construir, mediante la reforma del Estado, una nueva relación trilateral (Estado, concesionarios y sociedad) de naturaleza abierta,

democrática, plural, equilibrada e incluyente que permita que los ciudadanos participen colectivamente, mediante éstos, para contribuir a enriquecer el espacio público (espectro político-cultural) de nuestra nación y que permita crear una cultura civilizatoria superior que nos permita sobrevivir pacífica y humanamente en nuestro país.

Para avanzar en la reforma del Estado el gobierno y la sociedad civil deben edificar otro orden de comunicación a través de la creación de un nuevo modelo de comunicación nacional que permita la participación social de los grandes grupos y aporte nuevos equilibrios para la sobrevivencia social. Dicho modelo de comunicación se debe caracterizar por ser democrático y no autoritario; plural y no excluyente; transparente y no discrecional; regional y no concentrado; multidireccional y no vertical; que construya esfera pública y no sólo zonas de acción privadas; promotor del Derecho a la Información y no sólo fomentador de la conquista de nuevos auditorios; que promueva los procesos de comunicación y no sólo de información; que genere una sociedad emisora y no sólo receptora de mensajes; que aplique el derecho de réplica y no la manipulación de la información; que respalde la libertad de información y no sólo la libertad de empresa; que incluya las figuras jurídicas de Ombudsman y no sólo los voluntarismos temperamentales de los conductores; que respete la dignidad de las personas, su honor, su honra y su intimidad y que no utilice a los individuos para exhibirlos como mercancías para obtener más rating, como fue el caso de los talk shows o Big Brother; que forme ciudadanos y no sólo espectadores o consumidores consuetudinarios; que permita la expresión de todos los sectores fundamentales de nuestra sociedad y no sólo de un grupo privilegiado; que promueva el pensamiento, la discusión y la crítica y no la frívola cultura light; que sea independiente e incluso contestatario al poder y no que refuerce el status quo de la dominación; que cree un nuevo estado de derecho comunicacional para todos y no sólo relacio-

nes privilegiadas de *influencias informativas*, que destaque el servicio público y no sólo la dinámica de mercado; que mantenga una responsabilidad social y no una conducta de oportunismo informativo; que sea multiétnico y multicultural y no elitista; que convierta a los medios en medios y no en fines, etc., en una idea, que construya democracia, ciudadanía y nuevas bases civilizatorias para sobrevivir y no meros espectáculos o fugas de la realidad.

La transformación de la estructura de información nacional para la creación de un nuevo modelo de comunicación global, es un proceso muy complejo que requiere la participación no sólo del Estado, sino de muchos otros sectores de la sociedad en diversos planos de acción. Por ello, para avanzar en la reforma del Estado mexicano en materia de información y construir una *Nueva Política de Comunicación Nacional* se deben edificar, como mínimo, los siguientes cimientos en el plano legislativo, político y académico que contribuyan a refundar comunicacionalmente al Estado Mexicano:

1. Para vivir con paz, democracia y justicia, la sociedad mexicana del siglo XXI requiere construir nuevas bases civilizatorias que nos permitan vivir con equilibrios menos costosos que los derivados del control, la exclusión y la represión. Uno de estos nuevos cimientos es la edificación de un *Nuevo Orden Comunicativo Nacional* que supere el viejo *Modelo de Información para los Jodidos* que no le da viabilidad al país, pues es un proyecto excluyente y no incluyente de las mayorías sociales y evita la maduración y el avance de nuestra sociedad.

2. Para construir el *Nuevo Orden Comunicativo*, es necesario que el Estado rescate su función rectora en el campo de la comunicación que ha abandonado o renunciado a ejercer desde hace algunas décadas, para delegarla a las fuerzas del mercado o a los grandes intereses políticos y privados. Ahora, se requiere armar un nuevo proyecto de comunicación nacional basado en la participación de las comunidades que equilibre la dinámica salvaje que han alcanzado las

fuerzas del mercado en el terreno de la cultura y la información.

3. La forma para concretizar este *Nuevo Orden Comunicativo* será a través de la elaboración de un moderno marco normativo que delimite las vías equilibradas para que el espacio público que construyan los medios sea de naturaleza abierta y no cerrada; competitiva y no monopólica. Por consiguiente, retomar la reflexión y discusión sobre la reforma de los medios electrónicos, ya no será hablar sólo de convergencia tecnológica, concesiones y permisos, programación, tiempos oficiales, nuevas tecnologías, seguridad jurídica, etc; sino que, en última instancia, debido a su gran penetración, su enorme versatilidad informativa, su gran cobertura, su centralidad cultural, su rapidez de difusión, su revolución tecnológica y su creciente peso educativo, será abordar las principales infraestructuras de construcción de la cultura, la educación y el espíritu cotidiano de nuestra nación.

4. La esencia del contenido de este nuevo marco normativo sobre radio y televisión debe reflejar el establecimiento de otro pacto social fundacional de comunicación más justo y equilibrado entre Estado, concesionarios y sociedad, que, al mismo tiempo que ofrezca certidumbre jurídica a los propietarios, normatividades justas y posibilidades de crecimiento de sus empresas; también mantenga como ejes político-axiológicos, por una parte, el reconocimiento de los derechos o garantías sociales mínimos que le corresponden a los públicos o receptores en los procesos de comunicación colectiva, que han sido desconocidos desde el origen de la radio y televisión; y por otra, la responsabilidad social que le compete a los propietarios ante los mismos: La transición a la democracia en México implica obligatoriamente el reconocimiento de los derechos ciudadanos de comunicación.

5. El árbol filosófico y jurídico de esta nueva transformación normativa debe centrarse en el Derecho a la Información como herramienta y cemento unifica-

dor de este nuevo pacto social. Dicho cuerpo normativo debe abarcar por lo menos el derecho de acceso a la información, así como el derecho a comunicar que le corresponde como derecho universal a la población para transformarlos de ser meros habitantes de territorios a convertirse en ciudadanos dotados con mecanismos comunicativos para participar.

6. Por el lugar central que ocupan las industrias culturales en la construcción del espacio público, estos se han convertido en herramientas fundamentales para consolidar o no, el equilibrio social. Por ello, es necesario crear los cuerpos jurídicos que reconozcan y posibiliten como derecho social básico de la ciudadanía, el acceso organizado a los medios electrónicos de información, que es una garantía que ha sido negada por el Estado. Con ello, se propiciará el surgimiento de la sociedad emisora y ya no sólo receptora de mensajes.

7. Debido a que el espacio radioeléctrico es propiedad y patrimonio de la nación, en este nuevo marco legal, es imperativo elevar a rango constitucional el que los medios de comunicación sean considerados como un *bien público y limitado* cuyo otorgamiento y uso debe ser supervisado por el Estado; y la información debe ser contemplada como un *bien* y un *derecho público* al cual han de acceder y ejercer todos los mexicanos y no sólo como una mercancía ilimitada regulada por las leyes del mercado o los intereses políticos coyunturales. Sin acceso a la información, no existe desarrollo; y sin acceso a la práctica de la comunicación por los grandes grupos sociales, no hay democracia.

8. Se requiere que el Poder Legislativo limite constitucionalmente las facultades discrecionales del Poder Ejecutivo en el campo de la comunicación colectiva, para crear un marco normativo claro y equilibrado, especialmente en el otorgamiento y renovación de las concesiones. En este sentido, es indispensable que se discuta en el Congreso de la Unión los criterios de renovación y supervisión de las concesiones de radio y televisión para los próximos años y que

este proceso no sólo dependa de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

9. Es necesario garantizar el Derecho de Réplica en todos los medios de comunicación como una garantía constitucional elemental de todos los ciudadanos⁸.

10. Es importante que se cree la figura del Ombudsman de la comunicación, para analizar imparcialmente los conflictos de intereses que se dan en este terreno.

11. Mientras se logran las transformaciones profundas de largo plazo, es importante que se cree la figura del Ombudsman de la comunicación, para analizar imparcialmente los conflictos de intereses que se dan en los diversos terrenos de esta materia entre emisores y receptores de cada medio.

12. Es imperativo que 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 desbocado del modelo de comunicación de mercado.

13. El Estado debe abrir la participación de la sociedad civil organizada en los tiempos oficiales de radio y televisión ya que son espacios que se otorgan para que este los administre en base al bien común y no sólo para el reforzamiento de la imagen del aparato gubernamental.

De no avanzar sobre este horizonte de renovación en los próximos años, encontraremos que en plena fase de modernización nacional con el arribo de la modernización, los tratados de libre comercio y la expansión de la globalización, se habrán modificado las estructuras económicas, políticas, jurídicas, tecnológicas, productivas, 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. Bajo 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

⁸ "Asociación Mexicana de Derecho a la Información", Objetivos centrales, Documento Base, México, D.F. enero de 2000, páginas 5 y 6.

dejado sobre nuestra conciencia y comportamientos colectivos la presencia del funcionamiento desregulado de la lógica salvaje de mercado en el terreno cultural y espiritual de nuestro país.

Por todo ello, en el nuevo gobierno de transición política a la democracia es necesario repensar qué hacer en términos políticos para 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 del Estado nacional. De no efectuar ésto, el alma cultural de nuestra sociedad correrá el gran riesgo de quedar sepultada por los nuevos espejismos de la modernidad y sus derivados simbólicos parasitarios de esta nueva fase del desarrollo de la sociedad capitalista internacional.

Debemos reconocer, que la Reforma del Estado en materia de comunicación, no es una reforma jurídica mas 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 mas 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 principios 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.