

El Estado mexicano

Historia, estructura y actualidad
de una forma política en transformación

Gerardo Ávalos Tenorio

Coordinador

Colección Teoría y Análisis



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Casa abierta al tiempo

UNIDAD XOCHIMILCO División de Ciencias Sociales y Humanidades



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Rector general, José Lema Labadie

Secretario general, Javier Melgoza Valdivia

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD XOCHIMILCO

Rector, Cuauhtémoc Vladimir Pérez Llanas

Secretaria de la Unidad, Hilda Rosario Dávila Ibáñez

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

Director, Alberto Padilla Arias

Secretario académico, Jorge Alsina Valdés y Capote

Jefe de la Sección de Publicaciones, Miguel Ángel Hinojosa Carranza

CONSEJO EDITORIAL

Ramón Alvarado Jiménez / José Luis Cepeda Dovala (*presidente*)

Roberto Constantino Toto / Sofía de la Mora Campos

Arturo Gálvez Medrano / Fernando Sancén Contreras

COMITÉ EDITORIAL

Francisco Luciano Concheiro Bórquez / Lidia Fernández Rivas

Anna Ma. Fernández Poncela / José Flores Salgado (*presidente*)

Salvador García de León Campero Calderón / Adriana García Gutiérrez

Graciela Lechuga Solís / Diego Lizarazo Arias

Jaime Sebastián Osorio Urbina / Celia Pacheco Reyes

Alberto Isaac Pierdant Rodríguez / Raquel Rosales Montañés

Primera edición: marzo de 2009

D.R. © Universidad Autónoma Metropolitana

UAM-Xochimilco

Calzada del Hueso 1100

Col. Villa Quietud, Coyoacán

C.P. 04960 México, DF.

ISBN: 978-607-477-004-9

ISBN de la colección Teoría y análisis: 978-970-31-0929-6

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

Índice

Introducción	11
--------------------	----

PRIMERA PARTE

Para el estudio del Estado mexicano

Elementos teóricos

La democratización y la lógica del poder estatal	23
--	----

Gerardo Ávalos Tenorio

La legitimidad política	45
-------------------------------	----

Francisco Piñón Gaytán

La república simulada	59
-----------------------------	----

Arturo Santillana Andraca

Desde un horizonte global

El Estado en la mundialización	73
--------------------------------------	----

Guillermo Almeyra

El futuro del Estado-nación en la globalización	87
---	----

Jorge E. Brenna B.

México frente a América Latina: el nuevo autoritarismo	109
--	-----

Jaime Osorio

SEGUNDA PARTE

Rasgos estructurales del Estado mexicano

Prácticas y discursos de los grupos conservadores en México, 1947-1967	127
<i>Gabriela Contreras Pérez</i>	
El Estado y los campesinos: evolución de los mecanismos de vigilancia y castigo en el siglo XX	149
<i>Bruno Lutz</i>	
Racismo institucional, discriminación y exclusión en México	193
<i>María Dolores París Pombo</i>	

TERCERA PARTE

La condición democrática en disputa

Antecedentes históricos de la crisis política actual	219
<i>Andrea Revueltas</i>	
Desarrollo y democracia en México	233
<i>Federico Novelo Urdanivia</i>	
De la transición democrática a un autoritarismo renovado	247
<i>Paulina Fernández Christlieb</i>	
El papel de lo electoral en el proceso de cambio político en México, 1988-2006	263
<i>Noemí Luján Ponce</i>	
Elecciones y transición: elementos cuantitativos	277
<i>Agustín Porras</i>	
La transparencia y el combate a la corrupción en un contexto de transición a la democracia	297
<i>Irma Eréndira Sandoval</i>	
Democracia, rendición de cuentas y autoritarismo en el México actual	311
<i>John M. Ackerman</i>	
El poder mediático y la transformación del Estado mexicano	325
<i>Javier Esteinou Madrid</i>	
Los autores	361

El poder mediático y la transformación del Estado mexicano

Javier Esteinou Madrid

La reconfiguración virtual del Estado mexicano

Debido a la concentración histórica de las enormes capacidades tecnológicas, empresariales y políticas que conquistaron los medios electrónicos de difusión colectiva, particularmente comerciales, y a su modalidad de funcionamiento monopólico, durante la segunda mitad del siglo XX y principios del XXI en México, éstos paulatinamente se apoderaron de la propiedad y uso del espacio radioeléctrico, creando un nuevo *espacio público* de interacción virtual, especialmente privatizado, con el que desplazaron gradual y silenciosamente al Estado-nación¹ de su función rectora de la sociedad, particularmente cultural. De esta forma, a través del uso concesionado del espectro radioeléctrico, que es un bien público y escaso, propiedad de la nación, explotado mayoritariamente por el sector empresarial de la comunicación, el Estado quedó atrapado en su propio concesionamiento del espacio público al sector comercial, al grado de estar ahora, política y culturalmente, sometido, arrinconado, coartado, deva-

¹ Por *nación* entendemos la entidad conformada en un mismo tiempo y espacio por un conjunto de individuos o comunidades que poseen un mismo territorio, gobierno, estructura jurídica, leyes y lengua; y que libremente se unen y organizan para construir un proyecto histórico de desarrollo. Para ver cómo se creó el moderno Estado-nación mexicano, de la etapa Colonial a la etapa moderna, consultar Enrique Florescano, *Memoria mexicana*, Taurus, México, 2001, pp. 549-610, y *Etnia, Estado y Nación. Ensayo sobre las identidades colectivas en México*, Taurus, México, 2003, pp. 285-455.

lorado y humillado frente al gigantesco poder que ha conquistado el sector mediático privado comercial.

Con la ubicación de los medios de información como *Primer Poder Ideológico* en la estructura cultural de la sociedad mexicana, las fuerzas de la comunicación monopólica se han posicionado, gradualmente pero cada vez más, por encima de las instituciones y los poderes del Estado, y desde ahí, han impuesto su voluntad e intereses a los gobiernos en turno y al resto de la sociedad. En este sentido, el poder *fáctico* de los medios y su capacidad gremial organizada crecientemente aplicó todo su poder autorregulado, incontrolado e impune, por sobre la capacidad de organización, regulación y conducción del Estado-nación, subordinando, durante varias décadas, a los poderes públicos mediante saturaciones, presiones, enfrentamientos, difamaciones, manipulaciones, amenazas, chantajes, cabildos, alianzas, canonjías, etcétera, para fijar sus intereses y su dirección mediática al resto de la nación.

Así, surgió la *mediocracia* o *telecracia* entendida como la creación e imposición de la hegemonía creciente de los medios de comunicación privados sobre el poder político y sobre el resto de las instituciones y organismos sociales tradicionales, que permite que los intereses corporativos y mercantiles de las grandes compañías de comunicación de masas, con un uso habitualmente intensivo de nuevas tecnologías de comunicación, se impongan al resto de la sociedad.²

En este sentido, la *mediocracia* debe ser entendida como

[...] una nueva forma de gobierno, dominada por los medios de masas que en los pasados treinta años emergieron en las naciones abundantes de información y que ahora se diseminan globalmente y se propagan a través de fronteras nacionales en la convergencia del entretenimiento, las cadenas de televisión, los gigantes de la computación y las telecomunicaciones, resultando en menos de una docena de grandes conglomerados corporativos globales que ahora han capturado *mercados de interés* de ciudadanos alrededor del planeta.³

De esta forma, debido al ascendiente que tienen sobre la sociedad, a la formidable capacidad que han alcanzado para propagar mensajes, a la concentración de la propiedad de los principales canales, especialmente de la televisión, a la poderosa influencia política que han desarrollado, a las alianzas corporativas que han emprendido con los más diversos sectores, al empleo de tecnología informativa altamente compleja, a las grandes capacidades técnicas que han conquistado, al anacronismo o abandono legal que existe en este terreno, a la estandarización, la uniformidad de la comunicación y la cultura, al discurso unidimensional, y a la información homogéneamente manipulada, desigual, desequilibrada, y mercantilizada; todo ello ha hecho de los medios un consolidado poder paralelo, e incluso superior al que ejercen las instituciones políticas.⁴ Así, la mediocracia se ha convertido en el gobierno de los medios o controlado por los medios donde se establece una mediación irremediable e ineludible entre el poder político y la sociedad.⁵

La *mediocracia* o *telecracia* se caracteriza por ser la forma de poder superior que han conquistado los medios de información, sin contrapesos equilibradores, para imponerse como una forma dominante de dirección y de gobierno colectivo sobre las principales instituciones, organismos y fuerzas de la sociedad para imprimirles su orientación e intereses en el espacio público, para fortalecerlos si le son funcionales o para marginarlos o disminuirlos en caso de que sean contrarios a sus necesidades dominantes. En este sentido, debido a la falta de normatividades justas y de contrapesos equilibradores los medios electrónicos han permanecido como instancias prácticamente autónomas de la verdadera regulación social y se han desarrollado como instituciones sin límites que las acoten, convirtiéndose en poderes *fácticos* que desafían y rebasan a los poderes públicos y sociales constituidos formalmente a través de largos procesos civilizados de la historia de México. Así, se han convertido en poderes reales independientes, impunes y prepotentes muy poderosos que retan, golpean y subordinan a los otros poderes sociales ya establecidos.

Sin embargo, el grado de poder conquistado no sólo los ubica como poderosas instituciones culturales que crean la *mediocracia* o la *telecracia*, sino que sobre todo los coloca como macropoderes, con débiles límites, frágiles controles legales

² Raúl Trejo Delarbre, *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*, Cal y Arena, México, 2004, p. 22.

³ *Ibidem*, p. 21.

⁴ *Ibidem*, pp. 17, 18, 21, 37, 195 y 202.

⁵ *Ibidem*, pp. 7 y 20.

formales y tenues contrapesos sociales, y sólo excepcionalmente regidos por autocontroles opcionales de carácter ético, que les permiten desarrollarse con dinámicas propias, arrollando los intereses públicos, las garantías de los derechos de los trabajadores, los principios de transparencia y concurrencia, y los derechos sociales, condicionando fuertemente la esfera de los poderes públicos. Se han convertido en una mediocracia sin mediaciones.⁶

Así, por la falta de límites y mecanismos que los acoten se han transformado en *poderes fácticos* que, de hecho y no de derecho, alcanzan un peso político y social muy importante para influir sobre la dirección del país. Incluso cuando estos *poderes fácticos* funcionan al margen de la ley o cuando las leyes no son suficientes para acotarlos, y cuando de ellos surgen abusos y exacciones de diversa índole en contra de los derechos ciudadanos, se convierten en poderes salvajes.⁷

De esta manera, a través del funcionamiento de los medios de difusión colectiva, se han desplazado a los partidos, los poderes públicos, las iglesias, los organismos culturales, las células comunitarias, etcétera, de sus posiciones hegemónicas tradicionales, para imponer los intereses monopólicos de las grandes empresas informativas en perjuicio de las instituciones y la democracia.

En este sentido, los canales de difusión electrónicos comerciales han dejado de ser simples medios tecnológicos de entretenimiento, información y diversión para convertirse en el *primer poder electrónico ideológico*, pues modelan el espacio público, de tal forma, que lo que no existe en ellos, no existe colectivamente en las conciencias de las comunidades.

Funciones sistémicas que ejercen los medios como *primer poder ideológico*

El fenómeno de transformación y sustitución del Estado y de sus instituciones por el poder mediático que ha conquistado la *telecracia* o *mediocracia* en México se ha dado de formas diferenciadas según son los momentos de equilibrio o crisis por la que ha atravesado la evolución de la sociedad mexicana.

⁶ Ibidem, p. 192.

⁷ Ibidem, pp. 192-193.

En un primer momento, en los periodos de equilibrio social, es decir, cuando un sistema político consolidado gobierna con suficiente hegemonía al resto de la sociedad, los medios desempeñan las siguientes siete funciones sistémicas de transformación y reemplazo tecnológico del Estado burocrático: la prolongación tecnológica de la sociedad, la adopción del modelo electrónico de comunicación comercial, la construcción del nuevo capital cultural mediático, la elaboración de la memoria colectiva, la teledirección de la sociedad, la creación de la *videovida* y la sustitución de la intervención comunitaria para participar y decidir colectivamente.

Así, con el gran poder histórico que han conquistado los medios de información colectiva como centros del poder ideológico de la sociedad moderna de principios del siglo XXI, éstos realizan hoy día un proyecto de comunicación de mercado, que en las etapas de estabilidad social se caracteriza por ejercer múltiples funciones estructurales para cotidianamente organizar, normar y dirigir a las comunidades de la República en su conjunto, en seis niveles de acción social: económico, social, político, cultural, psíquico y energético.

Con el desempeño de estas tareas en los periodos de equilibrio social a principios del tercer milenio, los medios electrónicos comerciales de información se han convertido en fines de reproducción del poder y no en medios culturales de vinculación entre los hombres.

Mediante la ejecución de estas funciones, se inició una silenciosa transformación y desplazamiento del Estado de su posición rectora, para delegar su centro de dirección a las nuevas fuerzas de la información mediáticas en rápida expansión.

En cambio, en un segundo momento, en los periodos de crisis o de transición social, es decir, cuando el anterior sistema político que gobernaba con estabilidad entra en quiebre, perdiendo su hegemonía sobre el resto de la sociedad, éste es reemplazado por otro sistema y clase política. En esta etapa, los medios electrónicos además de continuar permanentemente con la práctica de fenómenos anteriores, realizan nuevas macrofunciones extras para operar como *primer poder ideológico colectivo* y desde ahí presionar al Estado y a otros organismos públicos: su desempeño como contrapesos político-ideológicos, la sustitución o reubicación de las instituciones más débiles y la presión mediática sobre el Estado y sus órganos de gobierno.

Con ello, los sistemas de comunicación mediáticos adquirieron gran autonomía sobre los poderes públicos y se transformaron en el *poder supremo*, el *poder del poder*; que en algunos casos reestructura y en otros hasta suplanta las funciones político culturales que le corresponden al Estado. Así, ante el deterioro de la *esfera pública*, de los partidos, del Congreso de la Unión, de la política, del Estado, de las iglesias, de la cultura, del programa colectivo de crecimiento, de las creencias, del proyecto de nación, del espacio público, etcétera, los medios de difusión electrónicos privados se convirtieron en el primer gran poder político-ideológico cotidiano que seduce, reencanta, conduce y hasta hipnotiza cotidianamente, mental y afectivamente, a la sociedad mexicana. En otras palabras, “los grandes consorcios televisivos, cada vez más, substituyen a las instituciones tradicionales del papel protagónico en los procesos de socialización y construcción de los espacios claves de la política”.⁸

En este sentido, con la conquista de las enormes cuotas de poder, de influencias y de presión sobre el Estado y la sociedad, los medios, como fuerzas salvajes, especialmente la televisión, se convierten en centros hegemónicos del poder ideológico de la sociedad contemporánea, y en las etapas de crisis social, realizan diversas funciones económicas, sociales, políticas, culturales, psíquicas y energéticas estructurales salvajes para cotidianamente organizar, normar y dirigir a los grupos e individuos en su conjunto.

Los límites del poder mediático

No obstante que los medios de información colectivos se han convertido en el *primer poder ideológico* de nuestra sociedad contemporánea y han alcanzado una enorme efectividad creciente en el proceso de formación y movilización cotidiana de la conciencia comunitaria, en ningún momento podemos pensar que su acción actúe como una *aguja hipodérmica* que produce efectos mecánicos, automáticos u omnipotentes sobre los individuos; o que existan reacciones mediáticas ya acabadas sobre los auditorios; o que producen consecuencias de cambio mágicos sobre los receptores; o que su efectividad de convencimiento

⁸ María Scherer Ibarra, “Telearquía”, *Proceso*, núm. 1427, México, 27 de marzo de 2004, p. 23.

depende solamente de las imágenes o datos que se transmiten y no de otros procesos sociales complementarios. Sus resultados siempre obedecen a múltiples procesos de recepción, cultura, 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 u omnipotentemente eficaz 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 la infraestructura mediática de las *industrias culturales*. La capacidad de convencimiento de los medios y en particular de la televisión tiene límites de competencia muy precisos, algunos de los cuales, son los tres siguientes:⁹

Primero, las informaciones de los medios que reciben, decodifican e interiorizan los receptores nunca se asimilan homogéneamente en ellos con el mismo signo ideológico, emocional y energético con la que se emiten; sino que varían según son sus situaciones históricas, antropológicas, religiosas, económicas, familiares, políticas, culturales, materiales, regionales, étnicas, productivas, etcétera, que los determinan como seres humanos. No debemos olvidar que los públicos no son pasivos, ni neutros, ni socialmente vírgenes, sino que éstos practican sus propios procesamientos de lo que los medios les ofrecen de acuerdo con sus propias experiencias de vida y sus inserciones sociales.

Segundo, la habilidad seductora de los medios nunca puede rebasar el peso de la realidad que enfrentan los espectadores, pues las circunstancias de sus vidas concretas son más fuertes que el poder simbólico que alcanza la información y las imágenes que se difunden: la realidad y la experiencia personal son más fuertes que la producción simbólica y virtual de los medios. En este sentido, es necesario subrayar que los medios no substituyen a la dinámica económica, política, social y existencial de los hombres; sino que la apoyan o debilitan con base en los proyectos globales que existen detrás de éstos. De lo

⁹ Javier Esteinou Madrid, *Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana*, Programa Cultural de las Fronteras y Fundación Manuel Buendía (FMB), México, 1989, pp. 37-39.

contrario, sobrevaloraríamos el papel de éstos al otorgarle fantasiosamente una absoluta capacidad transformadora, cuando sólo son tecnologías mediadoras muy perfeccionadas de representación y conocimiento de la realidad.

Tercero, cuando la gama de discurso que transmiten los medios encuentra las condiciones psicológicas favorables en los campos de conciencia de los públicos, éstos son asimilados en un alto porcentaje y viceversa, destacando la tendencia de reforzar orientaciones previamente ya existentes en el seno de los individuos y las comunidades o crear nuevas si son necesarias.

La nueva centralidad de los medios electrónicos de información

Pese a que el poder ideológico político de los medios tiene límites estructurales muy precisos, con la nueva reubicación estructural destacada que éstos han alcanzado dentro del sistema social a partir de los seis factores de posicionamiento global que han conquistado, su poder real superó la autoridad política e ideológica del Estado y se convirtieron en un poder autocrático sin control que influye, presiona, orienta y juzga a todos los grupos sociales, instituciones y sectores, sin que el interés del bien público o del interés común los pueda acotar y dirigir. De esta forma, los medios, especialmente los electrónicos, paulatinamente dejaron de ser medios y se convirtieron en fines: renunciaron a ser puentes de relación simbólica para edificar la comunicación entre los hombres y se transformaron en eficientísimas herramientas del poder, especialmente privado, para dirigir, controlar y subordinar a los individuos y a los grupos según son los proyectos económicos y políticos que los determinan.

La supremacía de este nuevo *primer poder ideológico* ha llegado a ser tan fuerte que la tendencia histórica es que, cada vez más, éste domine al poder político y no el poder político ordene al poder ideológico mediático. 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 tecnológicas 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 las comunidades. Dichas tendencias se generan a través de la práctica de la *agenda setting*, que es la capacidad informativa y pedagógica que despliegan los medios de información para operar como intermediarios técnicos entre las relaciones sociales y centrar cotidianamente la atención de los diversos públicos en sólo algunas realidades y no en otras, vía sus políticas de programación.

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

En este sentido, la construcción o destrucción de la realidad masiva cotidiana, es decir, de lo que existe o no existe, de lo que es bueno o es malo, de lo que se debe recordar u 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 virtuoso o no, de lo que se debe hablar o silenciar, de lo que hay que admirar o rechazar, de lo que es el éxito o el fracaso, etcétera, 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. Los medios no son los partidos pero producen el mayor caudillismo electrónico que toda la capacidad proselitista directa que realizan las organizaciones políticas. No son el aparato jurídico, pero hoy día los medios se han convertido en los *tribunales electrónicos* que linchan o absuelven a las figuras públicas antes de que el Estado recurra a los procesos

constitucionales de oficio.¹⁰ 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 geografía, pero hoy aprendemos los mapas fundamentales de la sociedad a través de la programación de los medios. No son el pensamiento, pero nos dicen sobre qué pensar y cómo pensar. No son la oralidad, pero cada vez más han substituido el diálogo familiar vía los nuevos lenguajes televisivos. 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 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 moral, pero ellos indican lo que se puede tolerar y lo que se debe reprimir. 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. En pocas palabras, son como el oxígeno: no lo son todo, pero sin su presencia, la vida es inexistente.

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 príncipes 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 substituido al resto de las verdades sociales, incluyendo a las jurídicas, culturales, éticas y morales.

De esta manera, con la enorme concentración histórica de fuerza que ha conquistado el mega *poder mediático*, los demás poderes menores o disminuidos le rinden tributo y aceptan la imposición de sus reglas y permiten que los primeros se posicionen como los nuevos administradores y usufructuarios de las principales tensiones, conflictos o contradicciones sociales de los otros

¹⁰ María Scherer Ibarra, "Telearquía", *op. cit.*, p. 23.

poderes en el país, especialmente en coyunturas de vacío político.¹¹ Así, los proyectos de persona, trabajo, valores, cultura, ciudadanía, patria, nación, desarrollo, planeta, en pocas palabras, de la vida, cada vez más, son diseñados y realizados desde los intereses y necesidades de lo mediático privado y no desde los ejes de acción de lo público colectivo. Con el desplazamiento del Estado de su lugar central como instancia rectora de lo público a principios del siglo XXI, se incrementan las tensiones existentes entre lo nacional y lo global, la soberanía y la liberalización, el Estado y el mercado, la dinámica de la *mano invisible de la oferta y la demanda* y la lógica de las políticas de planificación gubernamental, la regulación jurídica y la desregulación, los poderes públicos del Estado y las Cámaras de la Industria de la Radiodifusión, abriendo paso al proyecto de desarrollo desigual y de comunicación salvaje.

De esta forma, cada vez más, el poder de dirección ideológica ya no radica en el gobierno ni en los partidos políticos ni en el Estado, sino que dichas instituciones han sido rebasadas para ubicarse ahora el poder mediático en la gran fuerza virtual de los medios de difusión electrónicos, particularmente privado-comerciales. Así, el poder de los medios compite con el poder del Estado, y aquél subordina a los poderes constitucionales, para decidir quién participa vía los medios y quién no, quién habla en el espacio público y quién no, qué mensajes se difunden y cuáles no, quién es reconocido y quién no, qué candidato político se apoya y cuál no, qué leyes se aceptan y cuáles no.

Frente a esta realidad se puede decir como escenario futuro, que a mayor desintegración y fragmentación de los poderes públicos tradicionales y consolidación de los poderes mediáticos cohesionados en sólidas estructuras monopólicas privadas, de mediano y largo plazo, el poder de los medios reconfigurará y en algunos casos suplantará crecientemente el ejercicio de algunas de las funciones orgánicas fundamentales del Estado para dirigir a las comunidades y regular los conflictos entre los actores sociales, y éstas serán, progresivamente, ejercidas conforme a los intereses y planes de los megaconsorcios mediáticos particulares. Con ello, se fortalece la concepción y práctica del *Estado Cero* que sostiene que, cada vez, es menos necesaria la presencia rectora y planificadora del Estado-nación para dirigir a la sociedad,

¹¹ Virgilio Caballero Pedraza, "Los medios en el lodazal: ¿el poder del poder?", *Los Periodistas*, Fraternidad de Reporteros de México, México, abril de 2004, p. 36.

y que el proyecto de comunicación y de operación de la comunidad puede funcionar eficiente y suficientemente bien sólo con los procesos de autorregulación informativa de los monopolios mediáticos, que introduce la *mano invisible* de la dinámica de la comunicación mercado, sin necesidad de la acción de las directrices rectoras y planificadoras del gobierno.

En este sentido, considerando que el ejercicio del poder social nunca desaparece, sino que sólo se reacomoda, desplaza o traslada de un lugar a otro, según son las fuerzas o debilidades de los actores sociales que participan en la sociedad, para ejercerse de diversas maneras, encontramos que con el intento de transición pacífica a la democracia a partir del 2 de julio del 2000, se desmanteló en México el viejo modelo corporativo burocrático del Estado que construyó el PRI durante más de 70 años y se movieron las viejas estructuras de orden, subordinación y control que existían, para dar paso a la apertura social y a la transición política a la democracia. Así, al moverse el acotamiento del tradicional poder unipersonal del Ejecutivo y ante la falta de respuesta del nuevo gobierno para sostener una firme política de conducción nacional eficiente, surgió una severa crisis institucional y de gobernabilidad que generó vacíos de poder que gradualmente fueron ocupados por los medios de información para conducir a la sociedad.¹² De esta manera,

[...] el poder comunicativo actualmente acompañado por las *políticas* del gobierno tiende a imponerse no sólo por encima de la voluntad de los demás sino, más grave aún, a imponer a la autoridad legítima una autoridad impune. Condiciona, impone, reglamenta, elimina impuestos, orienta y hasta *informa* a la sociedad acerca de las políticas de comunicación. Antes negociaban, hoy parecen estar por encima de ello, ya no lo requieren, se impone al poder del gobierno quien parece estar a su

¹² Javier Corral Jurado, "Mediocracia sin mediaciones", Columna Rotafolio, *El Universal*, 20 de enero de 2003.

¹³ Javier Corral Jurado, "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), Palacio Legislativo, México, 2002: versión estenográfica, p. 19 [http://www.cddhcu.gob.mx/servddd/versesest/2ano/comisiones/rtc-3.htm].

disposición. Antes las televisoras estaban al servicio del presidente, ahora el presidente, sus funcionarios y sus instituciones está al servicio de las televisoras.¹³

Con otras palabras,

[...] el gran negocio de la televisión mexicana siempre estuvo sometido a los intereses políticos en turno, medrando a cambio de su servilismo; pero hoy los papeles se han invertido y los concesionarios no sólo presionan y obtienen del poder político multimillonarias transferencias económicas, sino que lo substituyen como poder *fáctico*. Es el *poder mediático* el que somete sin excepción, sin reglas, sin frenos, sin sanciones por sus excesos u omisiones. De paso, los dueños y los conductores de la televisión, juzgan y exhiben a una clase política que obedece a lógicas mediáticas, con las que aspira a salir bien librada para mantener la ilusión de que gobierna.¹⁴

Con el poder que han adquirido los medios y los excesos que cometen en el ejercicio de una fuerza impune, sin contrapeso y sin posibilidad hasta hoy de sanción o resarcimiento, éstos, especialmente la televisión, unifica criterios, atropella con cinismo, informa con estrechez dando la espalda a la pluralidad, practica el escándalo como política informativa traicionando su función social, aplica el mercantilismo vaciando a la política de contenidos, se burla de las instituciones y substituye a la democracia mediante un permiso que les otorgó el Estado para transmitir contenidos y no sólo para vender aire.¹⁵

Dentro de este marco de impunidad legal la hegemonía mediática de los medios ha llegado a ser tan grande que

[...] si en un primer tiempo, el hombre político busca controlar los medios, estas tentativas resultan vanas, pues su posición ante las nuevas reglas del juego político resulta patética. Entonces, en un segundo momento, hace un llamado surrealista a la responsabilidad de los medios, pero esta cuestión se encuentra totalmente liquidada en la práctica mediática. Si un diputado se equivoca o actúa mal, tendrá la sanción del voto; si un estudioso no estudia, tendrá la sanción de los exámenes,

¹⁴ "Todo el poder", *Proceso*, núm. 1433, México, 18 de abril de 2004, p. 7.

¹⁵ Javier Corral Jurado, "Encendida discusión", Columna Rotafolio, *El Universal*, México, 2 de noviembre de 2004.

pero ¿cuál es la sanción del hombre de los medios? Basta con que tenga el beneplácito del propietario del medio y del anunciante, es decir, en ambos casos, del dinero, para que no suceda nada.¹⁶

La centralidad estructural de dicha nueva fuerza mediática se demuestra en que ya es reconocida públicamente por la mayoría de los sectores latinoamericanos. El *Informe para la democracia en América Latina* y el *Latinobarómetro* reveló en mayo de 2002 que “el 65.2% de la población opina que el poder lo ejercen los medios de comunicación, y sólo el 36.4 % piensa que se ejerce a través de los poderes constitucionales, en la siguiente proporción: el 36% a través del Poder Ejecutivo, el 12.8% a través del Poder Legislativo y 8.5% a través del Poder Judicial”.¹⁷

Así, uno de los signos de los tiempos en México al inicio del siglo XXI es la descolocación creciente de la centralidad de las instituciones tradicionales del Estado mexicano y de lo público, con su correspondiente disminución o pérdida de fuerza, para ahora ser remplazadas por los proyectos de desarrollo que se dan a través de la acción de las grandes redes tecnológicas del poder mediático, cada vez más desarrolladas y perfeccionadas. Con ello, históricamente la creación del consenso cotidiano y de la dirección ideológico política de la sociedad le ha sido arrebatada al Estado para concentrarse en el poder informativo y la cultura reencantadora que construyen diariamente las *industrias culturales*, especialmente electrónicas.

La construcción de la nueva IV República mediática

Con la existencia del nuevo espacio virtual mediático que construyeron las *industrias culturales* electrónicas a lo largo del siglo XX y principios del XXI 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 cambio radical en la jerarquía de poderes y fuerzas que conforman el esqueleto del poder y de la movilización cotidiana de nuestra sociedad

¹⁶ Fátima Fernández Christlieb, *La responsabilidad de los medios de comunicación*, Paidós, México, 2002, pp. 124-125, citada en Raúl Trejo Delarbre, *Poderes salvajes...*, *op. cit.*, pp. 176 - 177.

¹⁷ Javier Corral Jurado, “Encendida...”, *op. cit.*

donde los medios de difusión ahora son el centro del poder político, cultural, mental, emocional, energético y espiritual cotidiano de nuestra República: los medios se transformaron en los grandes sistemas nerviosos y cerebros colectivos que construyeron la nueva *plaza pública* y en los grandes cerebros colectivos que organizan y dirigen cotidianamente a la sociedad.

De esta forma, los medios de información colectiva, especialmente los electrónicos, se convirtieron en instituciones estratégicas para conformar al Estado, a la República y a la sociedad mexicana. Esto es, a partir de la expansión de la nueva realidad mediática, podemos decir que después de la Revolución Mexicana de 1910 la historia cultural y mental del siglo XX en México, particularmente en las ciudades, se dividió en dos periodos: antes y después de la existencia de los medios de información, particularmente electrónicos. Ello debido a que a partir de la presencia de los canales de difusión colectiva, se introdujeron múltiples mediaciones tecnológicas y políticas culturales públicas en nuestro funcionamiento social que modificaron radicalmente nuestra forma personal, grupal e institucional de informar, recibir, escuchar, ver, conocer, sentir, pensar, desear, soñar, imaginar, decidir, actuar, organizarnos y proyectarnos comunitariamente en nuestro país.

Dicha transformación fue tan sustancial, especialmente en cuanto a la modificación del esqueleto y la esencia del Estado nacional y del campo del espacio público en México, que reinterpretando la historia nacional de los últimos 200 años con la inclusión de la nueva variable mediática en el ámbito superestructural de la sociedad mexicana, encontramos que al concluir la Revolución Mexicana, en 1921 se alcanzó el establecimiento de un nuevo pacto social colectivo con los acuerdos posrevolucionarios y se fundó la *III República Nacional* que se conformó con la presencia y acción de los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial para crear un nuevo orden de fuerzas equilibradas con contrapesos institucionales que permitieron la convivencia social en concordia. En esta etapa, el poder ideológico no significó un problema o peligro para la estabilidad del Estado-nación porque la fuerza ideológica de la Iglesia ya estaba desmantelada con las Reformas Juaristas que desacralizaron el poder público y crearon una nueva realidad de gobierno laico. Con ello, se le arrebató a la Iglesia la dirección ideológica de la sociedad mexicana y pasó a manos del aparato educativo, los ateneos culturales, y otros organismos

formadores mentales de la época que estaban modelados por las directrices que se establecían desde los tres poderes públicos que conformaban la estructura de la República mexicana: el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial.

Sin embargo, con la introducción de las tecnologías electrónicas de información de masas en México, con la radio en 1920 y la televisión en 1950, el poder ideológico de las industrias culturales paulatinamente desbordó la esfera de control y de orientación del Estado posrevolucionario tradicional. De esta manera, este moderno poder entró en una nueva fase de desarrollo vertiginoso que rápidamente rebasó los límites de los controles políticos y jurídicos convencionales creados por el Estado mexicano y se fue conformando paralelamente como un poder ideológico paralelo independiente que gradualmente se enfrentó a los otros tres poderes republicanos formales que constituyen al Estado nacional, e incluso en algunos casos, los reformuló y en otros los substituyó.

De esta forma, fue a partir del momento histórico en que los medios ocuparon el lugar central en la conformación de la estructura del poder ideológico contemporáneo de nuestro país, que se constató que si a mediados del siglo XX el Estado mexicano estaba constituido por tres poderes formales divididos y autónomos que tuvieron su origen en *Los sentimientos de la nación* de 1813 y en las *Cartas Constitucionales* de 1824 y 1857, y que posteriormente se concretaron en la Constitución de 1917, como fueron el poder Ejecutivo, el poder Legislativo y el poder Judicial, a principios del siglo XXI, en términos reales, el Estado mexicano ya está compuesto por cuatro poderes: los tres poderes formales tradicionales, y un reciente poder *fáctico*, que es el nuevo *poder mediático*. Este último, cada vez más, debido a sus nuevas y grandes capacidades tecnológico sociales, silenciosamente frente a nuestras narices, conquistó grandísimas cuotas de poder e influencia que lo convirtieron en el *poder del poder* que progresivamente subordinó y presionó a los otros tres poderes constitucionales formales de nuestro Estado-nación para someterlos a su voluntad mediático empresarial e imponer su proyecto de construcción de sociedad, de economía, de política y de seres humanos.

En este sentido, si la lucha por nuestra independencia nos dio la edificación de la *primera República nacional*, la realización de la reforma *juarista* aportó la cimentación de la *segunda República nacional*, y la Revolución Mexicana colocó

los fundamentos de la *tercera República nacional* en el país;¹⁸ ahora, con la consolidación del nuevo poder mediático, especialmente de 1960 en adelante, se conformó lentamente en nuestro país la *cuarta República* que dio origen a la nueva *República mediática* en el siglo XXI, con su respectiva mutación estatal y social. Es decir, si en 1813 José María Morelos y Pavón dio el espíritu de la *Primera República* con la expresión de *Los sentimientos de la nación* en el Congreso de Chilpancingo, Guerrero; si Agustín de Iturbide proclamó el *Acta de Independencia* del imperio español en 1821 que cristalizó con la elaboración de la primera Constitución del 5 de octubre de 1824, creando la *segunda República*; si el Congreso Federal prefiguró la *Constitución de las 7 Leyes* en 1836 que sirvieron de base para que en 1857 se jurara la Constitución Federal de los Estados Unidos Mexicanos que le dio el triunfo definitivo al sistema federal y congresional, y, con ello, se fundó la *III República*;¹⁹ con el surgimiento de los medios de difusión colectiva en el siglo XX y la aplicación del marco jurídico flexible que les permitió su expansión monopólica, se permitió la súper concentración de un nuevo poder ideológico informativo monopólico, que se transformó en fuerte poder político, que fundó paulatinamente la nueva *IV República mediática*, especialmente en las urbes.

A diferencia de la fundación de las tres primeras Repúblicas nacionales que contaron con fechas históricas precisas y ritos institucionales públicos muy notorios para su instalación, el surgimiento de la *IV República mediática* en nuestro país, no contó con una fecha precisa de su consolidación, ni con actos públicos visibles para datar su inauguración; sino que se constituyó gradual, silenciosa y desapercibidamente dentro del tejido de hábitos y redes culturales de nuestra vida cotidiana a lo largo de la segunda mitad del siglo XX y alcanzó un afianzamiento maduro a principios del siglo XXI. De forma más exacta, se

¹⁸ Jesús Emilio Martínez Álvarez, "Discurso de posicionamiento del Partido Verde Ecologista de México ante el IV Informe de Gobierno del Presidente Vicente Fox Quesada", versión estenográfica, pp. 5-6.

¹⁹ *Nuestras Constituciones. Documentos Mexicanos*, Museo Legislativo "Los Sentimientos de la Nación", LVIII Legislatura, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México, 2000, 55 p., y José María Morelos y Pavón, *Los Sentimientos de la Nación*, Documentos Para la Historia, LVIII Legislatura, Diario de Debates, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México, 2001, 19 p.

puede decir que su conformación jurídica nació con la emisión de la *Ley Federal de Radio y Televisión* de 1960 y su respectivo *Reglamento de 1973*. Se reforzó con su posterior actualización el 10 de octubre de 2002 con la expedición del *Acuerdo presidencial sobre el manejo del 12.5% de los tiempos de Estado*, el nuevo *Reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión*. Y finalmente, cristalizó plenamente con la aprobación de las *Reformas a la Ley Federal de Telecomunicaciones y a Ley Federal de Radio y Televisión* conocidas como la *Ley Televisa* el 31 de marzo de 2006 en el Congreso de la Unión, que fortaleció a los medios de comunicación como *poderes fácticos salvajes* mediante los cuales se estableció el actual pacto social comunicativo unilateral, autoritario, vertical, monopólico, excluyente, concentrador y discrecional existente entre el Estado, los concesionarios y la sociedad global a principios del siglo XXI.

De esta manera, si en el terreno comunicativo la sociedad mexicana pasó de la declaración del espíritu de *Los sentimientos de la nación* de 1813, que buscaban fundar la nueva República Federal para darnos un nuevo orden civilizatorio superior a nivel nacional, con el reconocimiento de los nuevos derechos civiles y la creación de modernas instituciones públicas; en la etapa del 2000 en adelante se pasó a la declaración de la pragmatidad de los *sentimientos del mercado autorregulado*, regidos por la *mano invisible* de la ley de la libre oferta y demanda informativa, que lo que pretenden es la consolidación del modelo de mercado como regla básica para vivir, relacionarnos, comunicarnos y ver la vida en comunidad. En el fondo, fue el triunfo histórico de la lógica de los monopolios del mercado autorregulado en el campo virtual por encima de la lógica planificada de dirección del Estado-nación autónoma y soberana en el terreno comunicativo.

En este sentido, las primeras tres Repúblicas nacionales se gestaron por las necesidades históricas consensuadas de la mayoría nacional para darle forma estructural equilibrada al proceso de gobernabilidad social en México y de maduración de diversos procesos históricos colectivos de participación sociopolítica que buscaron la creación de contrapesos a los poderes públicos para gobernar armónicamente en el país. En cambio, la *IV República mediática* emergió por la introducción de la fuerte revolución tecnológica en el terreno comunicacional del país, por la formación de los monopolios de la comunicación electrónica, por la concentración de grandes cuotas de poder de las *industrias culturales* a nivel comunicativo, por la incapacidad del Estado mexicano de

poner bajo un orden jurídico justo a los *poderes mediáticos salvajes*, por la necesidad unilateral de la ampliación de los requerimientos del mercado, a escala ampliada, en la esfera ideológica de nuestra sociedad, y finalmente, por la derrota del Estado en el terreno comunicativo. Con todo ello, la *IV República mediática* cimentó su poder a partir de la apropiación concentradora y el secuestro privatizado del espectro radioeléctrico nacional para desde ahí crear su monopolio ideológico que le dio su enorme fuerza y expansión político económica sobre el resto de la sociedad.

De esta forma, a diferencia de la construcción histórica de las tres Repúblicas anteriores que significaron un avance democrático para darle forma y organización al funcionamiento colectivo de la sociedad mexicana, bajo la estructura de tres poderes federales diferenciados, autónomos, soberanos y complementarios, la creación de la *IV República mediática* no fue un avance democrático sino un retroceso histórico para la sociedad mexicana, pues implicó la imposición de un nuevo poder fáctico “autorregulado”, e incluso salvaje, que compite en el campo de acción y de influencia de los otros tres poderes públicos establecidos constitucionalmente.

Dicha *República* emergió desde las pasiones perversas y voraces de la dinámica de la “mano invisible del mercado comunicativo” autorregulado de las industrias culturales monopólicas en el país que impulsaron los parámetros de la posmodernidad económica y política nacional.

La *IV República mediática* poco a poco, creó culturalmente un país opuesto al del anterior espíritu constitucional e incorporó una mentalidad masiva y unidimensional de la vida funcional para el proyecto de súper acumulación económica a escala nacional y transnacional.

De esta manera, con la expansión de la *IV República mediática* a través de la concentración privatizada del espacio radioeléctrico, ya no se construyó más nación en la sociedad mexicana, sino más mercado desregulado salvaje sin control. Ya no se organizó patria, sino la exploración de nuevos mercados. Ya no se respaldaron las funciones de los poderes autónomos y soberanos del Estado-nación, sino se compitió con ellos hasta desdibujarlos, descalificarlos, desnaturalizarlos, subordinarlos o acorrallarlos políticamente. Ya no se edificó más espacio público ciudadano, sino privatización del espacio electrónico colectivo para beneficio de los monopolios de la información. Ya no se generó la unidad de la nación alrededor de un proyecto de identidad colectiva, sino

diversas culturas de masas para acelerar el consumo a escala industrial. Ya no se fomentó la competencia comunicativa, sino la concentración informativa. Ya no se propició la igualdad social, sino la estandarización de los adquirentes. Ya no se crearon ciudadanos, sino activos consumidores compulsivos. Ya no se incitó más la participación social de la sociedad civil, sino más presencia activa y unilateral del capital salvaje que dio origen a la “economía de los compadres”. Ya no se formaron mayores condiciones para ejercer la justicia comunicativa que permitiera la defensa de las comunidades, sino el establecimiento del autoritarismo, la manipulación y la discrecionalidad informativa. Ya no se establecieron condiciones para el ejercicio de la libertad informativa y de los derechos comunicativos básicos de las comunidades, sino el condicionamiento empresarial para el control de la opinión pública. Ya no se fijaron mejores condiciones para la construcción de la conciencia colectiva para la sobrevivencia comunitaria, sino para el impulso de la cultura parasitaria y el libertinaje publicitario para la acumulación desatada de capital. En una idea, ya no se crearon cimientos para madurar la nación, sino condiciones políticas para la disputa por la nación.

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

Es preciso señalar que la *III República* mexicana, fundada al concluir la Revolución de 1910-1920, jamás llegó a una etapa de maduración histórica: todavía a principios del siglo XXI se encontraba en construcción el federalismo y la división efectiva de los poderes. En ese contexto surgió la *IV República mediática* que se caracteriza por cotidianamente organizar y dirigir ideológicamente al conjunto social desde las industrias electrónicas y no desde los otros poderes públicos. Es decir, es un nuevo macropoder ideológico político económico independiente que interviene significativa y crecientemente en la dinámica por la disputa de la estructuración, la conducción, el reparto y la explotación de la nación.

A partir de esa fase histórica los medios de información colectiva, como poderes fácticos salvajes, se transformaron en una enorme fuerza privada

estructuradora del campo de lo público que generó una nueva etapa en el conflictivo proceso de construcción del Estado mexicano de inicios del siglo XXI: con la acción de los poderes *fácticos mediáticos* se dio un salto histórico hacia atrás en el proceso de construcción del Estado-nación mexicano.

De esta forma, mientras que durante el siglo XX el Estado mexicano populista y autoritario cuidó celosamente que las redes de su poder tradicional no se debilitaran a través de la corporativización de las centrales obreras, la seducción de los intelectuales disidentes, el control de los brotes de insurrección campesina, la manipulación de las movilizaciones populares, la canalización de las protestas estudiantiles, la cooptación de los descontentos burocráticos, incluso, la represión de los movimientos populares, paradójicamente no pudo ver que el verdadero poder real que se construía y consolidaba abiertamente frente a sus narices ya no residía en las viejas dinámicas de los movimientos sociales de oposición, sino que se gestaba alrededor del avance de la revolución tecnológica desregulada que introdujo la presencia del modelo comercial privado de la radio y la televisión en nuestro país. Así, paralelamente al tejido de poder corporativo que construyó durante más de 70 años el PRI para gobernar a la sociedad mexicana, se cimentaron y desarrollaron las bases del *primer gran poder ideológico* en la historia del México moderno, que escribió la otra historia mental y política de nuestra sociedad: el poder mediático.

Mediante estas transformaciones el poder mediático ya no está subordinado al gobierno, sino que ahora es un poder independiente que creó un micro Estado mediático dentro de la estructura del Estado-nación histórico que ha llegado a subordinar al poder político republicano tradicional. Así, si de la década de 1950 a la de 1980 los medios de información colectiva estuvieron sometidos al gobierno en turno, al grado que la radio y la televisión fueron los “soldados del presidente”, de 1980 a 2007 los medios se convirtieron en *poderes fácticos salvajes* que presionaron al Estado mexicano al grado de que el presidente, sus funcionarios y los poderes públicos republicanos, ahora son los soldados de los poderes mediáticos. Metafóricamente podemos decir que durante el siglo XX la televisión empezó siendo un departamento de los “Pinos” (casa presidencial), y al iniciar el tercer milenio los “Pinos” ya son un departamento de las empresas de televisión en México. Un ejemplo de esta realidad lo encontramos en el proceso político de las elecciones federales del 2006

donde los partidos políticos, los legisladores y el presidente argumentaron que para ganar las elecciones no se debían enfrentar a Televisa y Televisión Azteca, sino aliarse con ellos al precio que fuera, y otorgarles lo que desearan (*Ley Televisa*) con tal de que la cobertura y penetración de estas empresas mediáticas apoyaran la difusión de su propaganda electoral a favor de su candidato en cuestión: su racionalidad de subordinación estatal fue la mentalidad “¡Sin el apoyo de Televisa y TV Azteca no podemos ganar las elecciones!”.

Con la emergencia de la *IV República mediática* en México a través de la incorporación de los medios electrónicos de difusión colectiva en la estructura de conformación básica del Estado mexicano, éste se transformó y degeneró sustancialmente para adquirir paulatinamente los rasgos de un *Estado mediático* que es el que opera cotidianamente en la fase de la modernidad nacional, y que se caracteriza por gobernar más desde los recursos de la virtualidad comunicativa que a través del logro de hechos concretos para resolver las contradicciones del proceso de crecimiento colectivo. Así, el ejercicio ideológico político del poder cotidiano quedó crecientemente mediado por la acción concreta del *Estado mediático* desde la mitad del siglo XX, y ya no fundamentalmente desde el Estado político que se preocupa por solucionar los problemas de lo público y los resuelve con la práctica de la verdadera política.

Por todo lo anterior a principios del siglo XXI el poder de los medios dejó de ser una simple variable de presión aislada sobre el Estado mexicano y de reconducción mental y anímica de las comunidades nacionales, para convertirse ahora en un *poder fáctico* que forma parte de la columna vertebral de las nuevas estructuras constitutivas de poder para componer ideológica y políticamente de forma cotidiana al Estado y a la sociedad mexicana, especialmente en las grandes ciudades. Así, entramos en una nueva fase histórica nacional que nos llevó a vivir bajo el imperio del nuevo poder informal de los medios de difusión colectiva, donde su *fuerza fáctica* compite permanentemente con el desempeño y las funciones de los otros tres poderes constitucionales del Estado mexicano, hasta llegar, en ocasiones, al grado de minimizarlos, subordinarlos o disputar con ellos su centralidad y su rectoría, para imponer a la colectividad su proyecto de desarrollo social y de vida que fijan las exigencias del mercado desregulado de los monopolios.

Obstáculos conceptuales para reconocer el surgimiento de la *IV República mediática*

No obstante el gran impacto que representa la presencia histórica obvia del surgimiento del nuevo poder mediático como fuerza transformadora y reestructuradora del Estado mexicano tradicional para dar origen a la *IV República mediática* en nuestro país, asombrosamente esta realidad todavía no es reconocida por la política, los gobernantes, la sociedad civil, la cultura, los intelectuales y las ciencias sociales en general. El no reconocimiento conceptual y político, no se ha debido a la falta contundente de visibilidad, fuerza ideológica, organización, presencia, peso, penetración, expresión, impacto y modernización que ha alcanzado este nuevo fenómeno de transformación del poder dentro de la sociedad mexicana, sino, entre otros, a los seis factores siguientes: la presencia de la rígida cultura jurídico política formal, el retraso epistemológico de las ciencias sociales, el extravío de las ciencias de la comunicación, el no reconocimiento del poder ideológico en la estructuración del Estado contemporáneo, la hipnotización de la sociedad y la conservación oficial del mito del “Estado Republicano”.

Todas estas seis limitaciones epistemológicas y políticas generaron que hoy tengamos una teoría política desfasada de la realidad de principios del tercer milenio, con rudimentarias categorías analíticas que cuando intenta explicar la naturaleza ideológico política del Estado contemporáneo, termina reflejando al viejo Estado del siglo XIX o cuando más al Estado de mediados del siglo XX que ya no existe en el horizonte contemporáneo del país. Esto debido a que a principios del siglo XXI las condiciones que lo conforman han evolucionado dando origen a una nueva realidad mediática que ha mutado la estructura del Estado moderno, y ahora dicha concepción teórica es incapaz de transparentar la existencia y propiedades del nuevo Estado virtual que actúa en la vida cotidiana.

Sin embargo, no obstante estas resistencias mentales, la consolidación creciente de este moderno *poder mediático* cuestiona o replantea la vieja concepción de estructuración tripartita del Estado mexicano del siglo XX y la evolución de la rotunda realidad mediática contemporánea nos obliga a reconsiderar necesariamente su entendimiento, su conformación, su definición jurídica, su centralidad, su fuerza, su legitimidad, su autoridad, sus acciones, su eficacia,

sus prácticas, sus límites, sus transformaciones, etcétera, en pocas palabras, su esencia histórica, para elaborar ahora una nueva teoría del Estado moderno mexicano a partir del reconocimiento de la presencia de la gran nueva fuerza mediática que lo atraviesa, lo recompone y lo redefine en el siglo XXI. Es decir, debemos reconocer que una parte de la naturaleza del Estado mexicano en la etapa avanzada de la modernidad comunicativa ya no sólo es una simple estructura jurídico formal que se elaboró con las Constituciones nacionales del proceso político de los últimos 200 años en el país; ahora es una nueva estructura híbrida mediático institucional que se ha transformado por la presencia de las tecnologías de comunicación y sus formas político administrativas de organizarse (Cuadro 1).

CUADRO 1

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

Características de los poderes que estructuran al Estado mexicano tradicional (Poder Ejecutivo, Poder Legislativo y Poder Judicial)	Características del poder mediático que reconfigura al nuevo Estado mexicano (radio, televisión y nuevas tecnologías de información colectivas)
NATURALEZA JURÍDICA	
Son poderes públicos que actúan representando legítimamente los intereses colectivos de la población y del bien común comunitario, pues fueron elegidos por la población.	Son poderes privados que actúan representando sus intereses particulares o personales.
GRADO DE CENTRALIDAD ESTRUCTURAL EN LA SOCIEDAD	
Son poderes que política, jurídica y formalmente son centrales dentro de la conformación del esqueleto del Estado-nación.	Es un poder que en la realidad, por su propia fuerza, se ha convertido en el centro del poder político-ideológico contemporáneo y que ahora subordina y acorrala a los otros poderes formales tradicionales del Estado mexicano con la hegemonía ideológico-cultural que produce.
PROCESOS POR LOS QUE SURGEN	
Las tres Repúblicas nacionales surgieron por las necesidades históricas consensuadas de la mayoría nacional para darle forma estructural equilibrada al proceso de gobernabilidad en México y de la maduración de diversos procesos sociopolíticos que buscaron la creación de contrapesos de los poderes públicos para gobernar armónicamente en el país.	La IV República mediática emergió por la introducción de la revolución tecnológica en el campo comunicacional del país, por la concentración de grandes cuotas de poder de las industrias culturales a nivel comunicativo y por la necesidad unilateral de la ampliación de los requerimientos del mercado a escala ampliada en la esfera ideológica.

ETAPAS FUNDACIONALES DE LOS PODERES

Los poderes del Estado-nación han pasado por tres etapas fundacionales: La Primera República surgió en 1813 cuando José María Morelos y Pavón dictó *Los sentimientos de la nación* en el Congreso de Chilpancingo, Guerrero. La Segunda República surgió en 1821, cuando Agustín de Iturbide proclamó el Acta de Independencia del imperio español que posteriormente cristalizó con la elaboración de la primera Constitución del 5 de octubre de 1824. La Tercera República emergió en 1857 cuando se alcanzó el triunfo del sistema federal y congresional y el juramento de la Constitución Federal de los Estados Unidos Mexicanos.

La cimentación de la IV República Mediática en nuestro país, no cuenta con una fecha precisa de su consolidación, ni con actos públicos visibles para su inauguración; se constituyó gradual y silenciosamente dentro del tejido de hábitos y redes culturales de nuestra vida cotidiana a lo largo de la segunda mitad del siglo XX. De forma más exacta, se puede decir que su cristalización jurídica se logró parcialmente con la emisión de la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960, su respectivo Reglamento de 1973 y su posterior actualización el 10 de octubre del 2002 con la expedición del Acuerdo Presidencial sobre el Manejo del 12.5% de los Tiempos de Estado y el Nuevo Reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión, a través de los cuales se estableció el actual pacto social unilateral, autoritario, vertical, monopólico y discrecional existente entre el Estado, los concesionarios y la sociedad.

DIFERENCIAS DE SU LEGITIMACIÓN

Es elegido democráticamente por la población mediante el voto directo en las urnas, excepto el Poder Judicial que es designado por el Poder Ejecutivo y confirmado por el Poder Legislativo.

No es elegido democráticamente por la población, sino que alcanza su poder a partir de la concentración económica, el desarrollo tecnológico, y la acumulación política de poder.

IDEOLOGÍAS QUE LO LEGITIMAN

Se legitima con la ideología de la democracia y con la ideología republicana del Estado moderno basado en la división de los tres poderes públicos.

Se justifica con la ideología de práctica de la "libertad empresarial", la "libertad de expresión", el "derecho a la información" y los procesos de autorregulación comunicativa.

CARACTERÍSTICAS DE SU VISIBILIDAD

Son poderes que se ubican visiblemente en organizaciones formales, materiales, organizativas, institucionales y humanas, y que se reconocen como poderes tradicionales. Tienen clara fachada pública de poderes consolidados.

Es un poder informal que está en todas partes, que se mueve con enorme velocidad, que actúa a todos los niveles sociales, que se siente en todos los lugares, que organiza cotidianamente la mente, la afectividad y los actos de la sociedad; y que sin embargo, no se ve como poder, sino como una actividad de entretenimiento, diversión o esparcimiento. Es un poder invisible que no tiene rostro de poder, sino de esparcimiento, hedonismo y diversión.

FORMA DE INTERVENCIÓN INSTITUCIONAL

Actúan de manera autónoma e independiente frente a los otros poderes de la Unión. Opera mediante la creación de normas, leyes y procesos administrativos y político-coercitivos para respetarlas.

Se comportan de forma monopólica, es autocrático y puede llegar a la impunidad. Su forma de acción se basa en el manejo de datos, símbolos, informaciones e imaginarios que impactan sobre la formación de la conciencia colectiva y en la opinión pública mediante la construcción de la Agenda Mediática de Contenidos. Su poder es fundamentalmente virtual y de ahí se deriva su fuerza económica y política.

CAPACIDAD DE REPRESENTATIVIDAD

Representan legítimamente a la población al grado de convertirse genuinamente en tres poderes diferenciados del Estado formal.

Representa los intereses del capital, especialmente de las grandes corporaciones, y de los grupos políticos aliados con quienes se vinculan para operar.

La población delega su representación soberana en los poderes públicos elegidos democráticamente.

El auditorio traslada la representación de su soberanía a los medios electrónicos para ser encarnados por su poder de penetración, de velocidad, de cobertura, de "éxito" y de actualidad.

ORIGEN DE SU FUERZA

Su poder emana de la representatividad soberana y formal que le da el pacto nacional expresado en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Su fuerza emerge de la capacidad de impactar en la formación del conocimiento colectivo mediante la difusión de su proyecto de contenidos simbólico-informativos que transmiten y de su específica reconstrucción cotidiana de la realidad. Esto se logra a través de su capacidad de penetración tecnológica y cultural en el interior de la vida diaria de la sociedad.

Son poderes, que en última instancia tienen como respaldo de garantía de su poder la aplicación de la fuerza coercitiva o represiva del Estado.

Son poderes que finalmente tienen como respaldo de su fuerza la manipulación ideológica, la presión psíquica y la reconstrucción o deformación virtual de la realidad.

QUIÉN LOS NOMBRA

Todos son poderes públicos elegidos por la participación colectiva. El Poder Ejecutivo, se selecciona cada seis años por votaciones libres de la comunidad nacional. El Poder Legislativo se aprueba cada 3 años por votación secreta de toda la población. Y el Poder Judicial se propone en terna para que lo seleccione el Senado de la República en sesión pública, cada vez que concluye el periodo para el que fueron electos.

A los empresarios los constituye su capacidad privada de recursos económicos y de gestión empresarial.

A los conductores informativos los designan las autoridades privadas de los medios.

COBERTURA DE ACCIÓN

Son poderes que únicamente se mueven a nivel nacional, federal y municipal, según son sus necesidades de acción.

Es un poder que se mueve a nivel local, nacional, transnacional y planetario según son sus necesidades económicas y políticas de conservación y reproducción. Su cobertura de penetración es total en las ciudades, especialmente de la radio y la televisión, y disminuye un poco en el campo.

¿QUÉ LÓGICA DE ACCIÓN LOS MUEVE?

Los mueve la lógica de la gobernabilidad, del servicio público y de la construcción de la República con división de poderes.

Lo mueve la lógica de la ganancia pecuniaria y de la conservación de sus posiciones de poder.

Actúan de manera autónoma e independiente frente a los otros poderes de la Unión.

Se comportan de forma monopólica, es autocrático y puede llegar a la impunidad.

FORMA DE INTERVENCIÓN INSTITUCIONAL

Son poderes que cotidianamente no están cerca de la población y aparecen para los ciudadanos cuando se tiene que recurrir a los servicios de éstos.

Es un poder que cada vez está más cerca de la población por las capacidades cotidianas de tele-seducción y de telereencantamiento mágico de los sentidos de los públicos.

Operan mediante la creación de normas, leyes, procesos administrativos y político-coercitivos para respetarlos.

Su forma de acción se basa en el manejo de datos, símbolos, informaciones e imaginarios que impactan sobre la formación de la conciencia colectiva y en la opinión pública mediante la construcción de la Agenda Mediática de Contenidos. Su poder es fundamentalmente virtual y de ahí se deriva su fuerza económica, política, cultural y espiritual.

Se vinculan con los poderes nacionales federales, estatales y municipales.

Se interrelacionan con los poderes nacionales y transnacionales y relacionan simbólicamente a la sociedad con estas dimensiones del poder.

PERIODO DE VIDA

Son poderes políticos que se renuevan periódicamente, según son los acuerdos históricos de cada poder particular, pasando por el sufragio efectivo y la no reelección. El Poder Ejecutivo y el Poder Legislativo se renueva cada seis años. El Poder Judicial cuando termina el cargo para el que fue elegido cada ministro o autoridad de justicia. Por consiguiente, ninguno de éstos poderes pueden ser hereditarios, sino renovables.

Aunque en términos legales se renueva al término de la concesión, en términos reales, es un poder político empresarial que no se renueva periódicamente, sino que existe mientras el proyecto económico y político es redituable y tiene fuerza de imposición social. En este sentido, incluso puede llegar a ser hereditario al grado que puede transmitirse familiarmente de generación en generación, de manera ilimitada, como es el caso de Televisa que se ha transmitido legalmente durante tres generaciones seguidas a la misma familia Azcárraga.

¿QUIÉN LOS SOSTIENE ECONÓMICAMENTE?

Los sostiene económicamente la población mediante la diversa clase de impuestos que paga y con los cuales se edifica el presupuesto público que financia el funcionamiento de los diversos poderes públicos.

Aunque se presentan como autofinanciables con sus propios capitales, en realidad en última instancia, son sufragados por la publicidad que paga la población, a través del sobreprecio por concepto publicitario que se les agrega a las mercancías que difunden los medios de información, o mediante otras estrategias de financiamiento por telemercadeo o teleparticipación (hable, vote y pague la llamada) que han puesto en práctica.

¿A QUIÉN LE RINDEN CUENTAS?

Le rinde cuentas a la sociedad por lo menos una vez al año y se somete a la evaluación de la comunidad y de otros poderes públicos consolidados.

Es un poder que se impone y que nunca rinde cuentas a la sociedad hasta el extremo de llegar a la impunidad, justificándose plenamente ante sus auditorios mediante el nivel de penetración conquistado y comprobado con la audiencia alcanzada.

¿POR QUÉ ENTRAN EN CRISIS?

Son poderes públicos que entran en crisis por su separación orgánica del cuerpo social que los eligió, y en consecuencia, por su débil o nula representación de las necesidades comunitarias. En este momento, son impugnados de diversas formas por la población.

Es un poder que fundamentalmente entra en crisis por falta o disminución de audiencia que limita inversión publicitaria que los sostiene o por la competencia feroz con sus competidores.

Construyen la República mexicana basada en nuestro proyecto de evolución histórica de los últimos 200 años.

Crean la Cuarta República mediática que se caracteriza por oponerse a los tres poderes formales de la nación para imponer su proyecto de mercado y de mega-acumulación.

CONSECUENCIAS QUE GENERAN

Le dan su lugar institucional al Estado y a sus poderes públicos creando condiciones de estabilidad y certeza hegemónica.

Reconfiguran y en ocasiones substituyen mediáticamente a los poderes públicos del Estado y los subordinan crecientemente como poderes desplazados o debilitados de su centralidad.

Su acción fortalece la estructura tradicional de composición de la República mexicana.

Alimenta la concepción y práctica de alcanzar la fórmula del Estado-Cero sosteniendo que ya no es necesario conservar el Estado para gobernar, sino que la sociedad debe funcionar sólo con procesos de "autorregulación", especialmente informativas. En el mejor de los casos reconoce la utilidad del Estado, sólo como entidad "administradora" y no rectora de lo público.

La presencia de este nuevo fenómeno histórico nos enfrenta a un séxtuple desafío intelectual y político a principios del siglo XXI. Primero, reconocer la presencia de un moderno proceso de transformación histórica del Estado-nación mexicano. Segundo, aceptar que estamos en una nueva etapa descontrolada de evolución del poder nacional, a partir del *poder fáctico mediático*. Tercero, generar una nueva forma de definirlo, nombrarlo y re-explicarlo para entender de qué se trata y hacia dónde evoluciona. Cuarto, cuestionar la concepción del viejo poder y del Estado que mantiene el universo de conocimientos tradicionales de las ciencias sociales, de las ciencias políticas y de las ciencias de la comunicación para que acepten los límites de sus miradas tradicionales y se abran a nuevas concepciones elementales de la nueva realidad contemporánea. Quinto, producir una nueva teoría conceptual del Estado y del poder público que recupere todo el peso de la presencia del poder mediático contemporáneo en la estructuración del Estado moderno. Y finalmente sexto, crear los instrumentos jurídicos y los procesos políticos adecuados para ubicar esa macrofuerza mediática bajo la voluntad de la soberanía nacional y no dejarla dentro de su autodinámica de comportamiento salvaje.

En este sentido, a partir de la expansión y centralidad que ha adquirido la fuerza del nuevo poder mediático en el México de principios del siglo XXI podemos afirmar que con las nuevas funciones y capacidades de imposición de fuerza y dirección que ejerce el poder mediático, los verdaderos secretarios de Estado ya no son los ministros designados por el poder presidencial formal tradicional, sino que ahora son los propietarios de los medios de información. Los verdaderos oficiales mayores del gobierno ya no son los designados por las autoridades legales, sino que ahora son los conductores de televisión. Los verdaderos jueces ya no son los ministros elegidos por la Suprema Corte de Justicia, sino que ahora son los comentaristas de los medios de información colectiva. Los verdaderos legisladores ya no son los diputados y senadores del Congreso de la Unión, sino que ahora son los actores mediáticos. Los verdaderos generales ya no son los elegidos por el Ejército Mexicano, sino que ahora son los directores de información de las cadenas de medios de difusión. Las verdaderas aulas ya no son las escuelas de la Secretaría de Educación Pública, sino que ahora son las pantallas de televisión y los diales radiales, con sus respectivos currículos electrónicos. La verdadera legitimidad cotidiana

ya no la construye el gobierno tradicional, sino que ahora la teje el consenso que generan los aparatos mediáticos.

Futuras tendencias en la reproducción del poder mediático

La nueva tendencia de los medios electrónicos por debilitar, desplazar o sustituir al Estado-nación de la República y a crear el modelo de gobernabilidad de la *IV República mediática* en el campo del poder, en el futuro será crecientemente reforzada en México, por las siguientes cuatro realidades nacionales. Primero, por el desmoronamiento creciente de los poderes públicos, de la política y la crisis del Estado-nación que se experimenta de forma generalizada y amplificadas a principios del siglo XXI. Segundo, por la anulación o debilitamiento de la *Propuesta ciudadana de Reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión* en el Congreso de la Unión y la autorización de una nueva Ley de radiodifusión menguada, denominada Ley Televisa, que protege los intereses de los grandes monopolios de las industrias electrónicas culturales y niega los derechos universales de los ciudadanos en el terreno comunicativo. Tercero, por el arribo del fenómeno de la convergencia tecnológica que transformará de forma superlativa la actual estructura concentradora del espacio radioeléctrico, al pasar de su funcionamiento analógico al digital, permitiendo la formación de nuevos megaoligopolios de la radiodifusión muy superiores a los monopolios que actualmente existen en el país, prevaleciendo, con ello, el mismo modelo concentrador de comunicación que hoy tenemos (duopólico en la televisión y oligopólico en la radio), pero a escala súper amplificada. Y cuarto, el avance vertiginoso de esta revolución tecnológica permitirá que el Estado sea, cada vez más, reconfigurado y reemplazado por las fuerzas mediáticas, pues en los próximos años el complejo audiovisual será una terminal multifuncional progresivamente más autónoma de la regulación jurídica del gobierno que ofrecerá servicios de audio y televisión, alta definición, audio *sound aaround* en seis canales, datos, telefonía, Internet, fax, voz, interactividad, fotos, etcétera, con sus respectivos fenómenos paralelos de reestructuración y hasta desplazamiento político del Estado. Con todo esto, se fortalecerá sustantivamente el esquema de gobernabilidad de la *Cuarta República mediática* en el país por sobre el modelo de gobierno de la República nacional con sus tres poderes públicos

tradicionales. Mediante ello, progresivamente se refuerza la tendencia a tener una sociedad compuesta con más *Telecracia* virtual y con menos Estado-nación rector y defensor imparcial de los intereses de las mayorías nacionales, y esto será el preámbulo político institucional para construir silenciosamente una comunidad gobernada por el *Nuevo Estado mediático* de la globalización posmoderna del siglo XXI que cimentaron los monopolios de las *industrias culturales*, y no por la rectoría del Estado República para la sobrevivencia colectiva que la comunidad civil ha creado en los últimos 200 años de la historia de México, con un altísimo esfuerzo y costo humano sangriento.

El no reconocer la existencia del Estado mediático en México con la presencia de su *Cuarta República mediática*, no es un problema de preferencias ideológicas, o de egos de las ciencias sociales, o de simples discusiones teóricas ociosas entre especialistas intelectuales; es el rechazo por el sector político dirigente del país de una realidad elemental que implica una grave transformación del poder contemporáneo y cuyo desconocimiento provoca las siguientes cuatro consecuencias globales:

1. Es no tener ojos para aceptar las transformaciones históricas estructurales básicas que ha sufrido el Estado-nación mexicano con la presencia y operación desregulada de las tecnologías de información electrónicas en la segunda mitad del siglo XX y comienzos del nuevo milenio en nuestro territorio.
2. Es seguir funcionando con la ilusión infantil que piensa que la rectoría ideológica cotidiana de la nación hoy sigue siendo producida por los tres poderes formales tradicionales creados durante el siglo XIX y XX, como son el Poder Ejecutivo, Legislativo y Judicial, y no compartido, redibujado, disputado o substituido por los nuevos poderes mediáticos que han emergidos en nuestro territorio.
3. Es permitir que los poderes públicos formales del Estado-nación sigan siendo afectados, desplazados y transformados por el nuevo gran poder mediático y no se construyan las acciones jurídicas de contrapesos equilibradores que los ubiquen como fuerzas normadas por los pactos constitucionales que históricamente ha generado el interés de la mayoría nacional a lo largo de muchas décadas.

4. Es seguir aceptando que la sociedad mexicana sea dirigida por otro proyecto mental de comunicación mercado *autorregulado* e incluso salvaje, ajeno al que formulan los acuerdos básicos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y por las necesidades del desarrollo autosustentable que requiere la sobrevivencia de la sociedad mexicana en el siglo XXI.

Finalmente, con la existencia de este corrimiento mediático-institucional, se comprueba que en términos comunicativos la sociedad mexicana de principios del milenio sí está viviendo una transición política, pero no es el cambio a la democracia pacífica, sino es la transición donde el poder de los medios está reconfigurando y, en ocasiones, hasta substituyendo o desplazando las funciones ideológico políticas del Estado-nación, de los órganos de gobierno, de las instituciones públicas y de cualquier otro poder constitucional establecido, por la imposición de la acción, la dinámica, los contenidos y el modelo comunicativo de los canales electrónicos de información colectiva. Es la transición a la *Telecracia* mediática y no a la democracia participativa que requiere la estabilidad elemental del México moderno del siglo XXI.

Por esta razón, al principio del nuevo milenio, la sociedad mexicana y los poderes públicos de la República, especialmente el Congreso de la Unión, están ante la disyuntiva histórica de aceptar caminar en los próximos años hacia un proyecto de sociedad regido por la cabeza mediática despótico autoritaria de los oligopolios comunicativos privados que se han formado en nuestro país o aceptar caminar hacia un proyecto de sociedad dirigido por el cerebro de un moderno *Estado-nación ciudadano* para la sobrevivencia colectiva, reformado por la creación de un nuevo consenso y pacto nacional jurídico tripartita de equilibrio entre medios, Estado y sociedad.

Documentación consultada

Libros, revistas y documentos

Blanco, José (2007), "La educación republicana y la desigualdad social", *Argumentos, Estudios críticos de la sociedad*, núm. 53, nueva época, año 20, XX Aniversario, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, enero-abril.

- Bustamante, Enrique (coord.) (2003), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Serie Multimedia, Fundación Alternativa, Gedisa, Barcelona, pp. 21-24.
- Caballero Pedraza, Virgilio Dante (2004), "Los medios en el lodazal: ¿el poder del poder?", *Los Periodistas*, Fraternidad de Reporteros de México, México, abril.
- Caloca Carrasco, Eloy (2003), *Recuento histórico del periodismo*, Instituto Politécnico Nacional, Secretaría de Educación Pública, México, 489 p.
- Corral Jurado, Javier (2002), "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), Palacio Legislativo, México, mayo, versión estenográfica [<http://www.cddhcu.gob.mx/servddd/versted/2ano/comisiones/rtc-3.htm>].
- Esteinou Madrid, Javier (2005), "Internet y la transformación del Estado", en Octavio Islas y Fernando Gutiérrez (coords.), *Internet: el medio inteligente*, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Campus Estado de México y Editorial Grupo Patria Cultural (CECSA), México.
- (2005), "La contrarreforma comunicativa en México y sus consecuencias", *Argumentos. Estudios críticos de la sociedad*, núms. 48/49, número especial, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, diciembre.
- (1989), *Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana*, Programa Cultural de las Fronteras y Fundación Manuel Buendía, México.
- Florescano, Enrique (2003), *Etnia, Estado y Nación. Ensayo sobre las identidades colectivas en México*, Taurus, México.
- (2001), *Memoria mexicana*, Taurus, México.
- Gianpiero Gauraleri (1981), *La Galaxia de Mc Luhan*, ATE, España.
- Revista *Etcétera*, núm. 12, "Internet y el Estado Ampliado. Una Ventana al Mundo de los Medios", Nueva Época, Análisis, Ediciones y Cultura, México, octubre de 2001.
- MacBride, Sean (1985), *Un sólo mundo. Voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Marshall Mc. Luhan (1979), *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, Diana, México.

- Martínez Álvarez, Jesús Emilio (2004), "Discurso de Posicionamiento del Partido Verde Ecologista de México", IV Informe de Gobierno del Presidente Vicente Fox Quesada, Primer Periodo de Sesiones del Segundo Año de Ejercicio de la LIX Legislatura, Palacio Legislativo, México, 1 de septiembre, versión estenográfica.
- Monteforte Toledo, Mario (1976), "Las ideologías", en *Literatura, ideología y lenguaje*, Grijalbo, Colección Teoría y Praxis, núm. 28, México.
- Moreno Márquez, Gorka (2007), "La ciudadanía como meta de la tríada republicana", *Revista Argumentos. Estudios críticos de la sociedad*, núm. 53, Nueva Época, Año 20, XX Aniversario, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, enero-abril.
- Morelos y Pavón, José María (2001), *Los sentimientos de la nación, Documentos para la historia*, LVIII Legislatura, Diario de debates, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México, abril.
- (2000), "Los sentimientos de la nación", *Nuestras constituciones. Documentos mexicanos*, Museo legislativo, LVIII Legislatura, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México.
- Orozco Gómez, Guillermo (2005), "Cuando los modelos y las categorías ya no alcanzan", *Comunicación y Sociedad*, núm. 3, Nueva Época, Departamento de Estudios de la Comunicación, Universidad de Guadalajara, México, enero-junio.
- Ortega Ramírez, Carmen Patricia (2006), *La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública*, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco y Editorial Etcétera, México.
- Ortiz Leroux, Sergio (2007), "República y republicanismo: una aproximación a sus itinerarios de vuelo", *Argumentos. Estudios críticos de la sociedad*, núm. 53, año 20, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, enero-abril.
- Poulantzas, Nicos (1971), *Fascismo y dictadura*, Siglo XXI Editores, México.
- (1976), *Las crisis de las dictaduras: Portugal, Grecia y España*, Siglo XXI Editores, México.
- Revilla Basurto, Mario A. (1977), "Comunicación y reproducción social: la estrategia conservadora", *Razón y Palabra*, primera revista electrónica en América Latina especializada en tópicos de comunicación, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Estado de México, Estado de México, México, julio [<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logo>].
- Roux, Rhina (2007), "México, cambio de siglo. La desintegración de la res pública", *Argumentos. Estudios críticos de la sociedad*, núm. 53, año 20, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, enero-abril.

- María Scherer Ibarra (2004), "Telearquía", *Revista Proceso*, núm. 1427, México, 27 de marzo.
- (2004), "Todo el poder", *Revista Proceso*, núm. 1433, Revista de Información y Análisis, México, 18 de abril.
- Trejo Delarbre, Raúl (2004), *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*, Editorial Cal y Arena, México.

Artículos y notas periodísticas

- Alcocer V., Jorge (2007), "Espacio 2007", Periódico *Reforma*, México, 8 de junio.
- Corral Jurado, Javier (2004), "Encendida discusión", Columna Rotafolio, Periódico *El Universal*, México, 2 de noviembre.
- (2003), "Mediocracia sin mediaciones", Columna Rotafolio, *El Universal*, 20 de enero.
- "¿Cuál desvió...? Aquí está", Periódico *Reforma*, México, 8 de junio del 2007.
- "Desvían en Jalisco recursos a Espacio 07", Periódico *Reforma*, México, 7 de junio del 2007.
- Granados Chapa, Miguel Ángel (2007), "Televisa en Oaxaca", Periódico *Reforma*, México, 1 de marzo.

El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación, número 5 de la Colección Teoría y Análisis, de la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la UAM-Xochimilco, se terminó de imprimir en marzo de 2009. En su composición se utilizaron tipos de la familia Caslon Old Face. El tiraje consta de mil ejemplares más sobrantes para reposición. Edición e impresión: *mc editores*, Selva 53-204, 04530 Ciudad de México, tels. (55) 2650 34 22 y 5665 7163 [mceditores@hotmail.com].