

ANUARIO

de Investigación 2012

UAM XOCHIMILCO DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN



colección

ANUARIOS DE INVESTIGACIÓN



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD XOCHIMILCO División de Ciencias Sociales y Humanidades
Departamento de Educación y Comunicación

Anuario de Investigación 2012 es una publicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, a través de la Unidad Xochimilco, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de Educación y Comunicación, Prolongación Canal de Miramontes 3855, Col. Ex-Hacienda San Juan de Dios, Delegación Tlalpan, C.P. 14387, México, D.F., y Calzada del Hueso 1100, Edificio de Profesores, Primer Piso, Sala 3 (Producción Editorial), Col. Villa Quietud, Delegación Coyoacán, C.P. 04960, México, D.F., Tel. 54837444 | Editor responsable: Lic. Guillermo Joaquín Jiménez Mercado | ISBN de la colección 978-970-31-0602-8, e ISBN de la obra 978-607-477-946-2, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor | Edición y reproducción: mc editores, Selva 53-204, Col. Insurgentes Cuicuilco, Delegación Coyoacán, C.P. 04530, México, D.F., tel. 56657163, mceditores@hotmail.com | Esta publicación se terminó de reproducir el 19 de septiembre de 2013 con un tiraje de 1000 copias en disco compacto | Tamaño del archivo 131 MB | Hecho en México / Made in Mexico | Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Rector general • Salvador Vega y León
Secretario general • Norberto Manjarrez Álvarez

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA XOCHIMILCO

Secretaria de la Unidad • Patricia E. Alfaro Moctezuma

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

Director • Jorge Alsina Valdés y Capote
Secretario académico • Carlos Alfonso Hernández Gómez
Jefe del Departamento de Educación y Comunicación • Guillermo Joaquín Jiménez Mercado

COMITÉ EDITORIAL

Enrique de Jesús Quibrera Matienzo (director)

Verónica Alvarado Tejada

Leticia Flores Flores

Elsie Mc Phail Fanger

Virginia Méndez

Carlos Pérez y Zavala

Gabriel Pérez Crisanto

Eugenia Vilar Peyri

Producción editorial

Virginia Méndez Aldana

Asistente editorial

Andrés Eduardo Alvarado Ramos

Í N D I C E

EXPRESIONES ARTÍSTICAS Y PRODUCCIÓN CULTURAL CONTEMPORÁNEA

- 15** El arte y la estética en el cine contemporáneo
Carlos Vega Escalante
- 37** La imagen en crisis: el efecto anestésico del arte violento
Eduardo Andión Gamboa
- 55** Explosiones neobarrocas latinoamericanas:
presente y pasado colonial
Antonio del Rivero Herrera
- 71** El arte no convencional en México:
desde el estridentismo a la década de 1970
Laura Rosseti Ricapito
- 93** Un instante jonbar. Un momento coyuntural
para la gestión de proyectos culturales incluyentes
Elías Levín Rojo

PRÁCTICAS CULTURALES Y DISTINTIVOS DEL ECOSISTEMA MEDIÁTICO

- 113** Cultura editorial, *Interlínea*: proyecto radiofónico
Sofía de la Mora Campos

135 *El ethos y el pathos en la radio: el programa "Momento decisivo"*
Margarita Reyna Ruiz

157 *La mujer chicana y su aportación
a las reivindicaciones de género: La sal de la tierra*
Yolanda Mercader

181 *Elecciones del 2012: el desafío mediático de las televisoras*
Javier Esteinou Madrid

207 *Del gatopardo: la competencia como bastión del monopolio*
Enrique Quibrera Matienzo

245 *Imágenes publicitarias y género*
Elsie Mc Phail Fanger

FRAGMENTOS DISCURSIVOS

265 *El cuerpo humano en el límite de lo real, lo simbólico y lo imaginario*
Josefina Vilar Alcalde

285 *De la estética al discurso de divulgación científica:
el uso de figuras retóricas*
Ma. de Lourdes Berruecos Villalobos

313 *El lenguaje a debate: verdad y ficción*
Álvaro Ruiz Abreu

POBREZA, VIOLENCIA E INSEGURIDAD: EFECTOS PSICOSOCIALES

321 *La pobreza como un probable factor que induce a la violencia.
Un punto de vista psicosocial*
Betty Sanders Brocado

335 “El Ponchis”. Niños sicarios, ¿el proyecto de futuro de la infancia?
Raúl René Villamil Uriarte

351 Furor uterino
Alberto Carvajal

367 Voces y creaciones: subjetividad y maltrato infantil
*Martha Zanabria Salcedo / Ixchel Cuéllar García /
Minerva Gómez Plata*

387 Violencia, jóvenes e institución educativa
Silvia Carrizosa Hernández

401 La inseguridad en la sociedad civil mexicana.
Actores, estrategias y discursos
Valeria Falletti / Atala del Rocio Chávez y Arredondo

ACCIÓN COLECTIVA Y CONSTRUCCIÓN SOCIAL

421 Ciudadanías emergentes y la irrupción de nuevas formas
de resistencia civil. La ética social y los nuevos movimientos sociales
Carlos Pérez Zavala

439 Explorando rutas de la memoria colectiva
Rafael Reygadas Robles Gil / Adriana Maricela Soto

463 Reflexiones sobre la coyuntura electoral mexicana.
Pasión, cuerpos y acción política
Claudia M. Salazar Villava / Raúl E. Cabrera Amador

485 Las diversas formas del “no”
Claudia Paz Román

**LAS REDES: FAMILIA, CIUDADANÍA, INFANCIA
Y TEJIDO SOCIAL**

- 495** Familia, subjetividad y ciudadanía
Juana Aguirre López
- 517** *#Somos más de 9*. Una experiencia de análisis institucional.
El Seminario "Dispositivos grupales de intervención"
en la Maestría en Psicología Social de Grupos e
Instituciones de la UAM-Xochimilco
Roberto Manero Brito / Fernando Juan García Masip
- 547** El valor de la palabra. Creando redes con personas
que han atravesado por experiencias psiquiátricas
Lidia Fernández Rivas / María Eugenia Ruiz Velasco
- 567** La *Recuperación* como modelo de atención
en el campo de la salud mental
Leticia Flores Flores
- 589** Terapia psicoanalítica con niños con Diabetes tipo I
Mireya Zapata Tarragona
- 607** Aproximaciones teóricas al campo de la salud:
de la sociología a la psicología social de grupos e instituciones
Verónica Gil Montes

APROXIMACIONES AL ORIGEN DE LA PROGENIE

- 627** Complejidades de la parentalización social
Nery E. Cuevas Ocampo
- 645** Anorexia y melancolía
Eduardo De la Fuente Rocha

- 657** El hijo espejo de la patología parental
Silvia Radosh Corkidi
- 671** Heteronomía femenina: ¿única manera permitida de ser mujer?
Nora Cecilia García Calome / Michiko Shimada Seki
- 697** Madre soltera, familia y parentesco. Un estudio de caso
María de Lourdes Patricia Femat González

FIGURAS DEL VÍNCULO PEDAGÓGICO

- 721** La dimensión intercultural
en la enseñanza-aprendizaje de lenguas extranjeras
Anna Vitalievna Sokolova Grinovievkaya
- 735** La lectura en inglés: el caso de la UAM-Xochimilco
*Juan Gabriel Garduño Moreno /
María del Carmen Gómez Pezuela Reyes*
- 749** Condiciones para pensar al sujeto de formación del PEAPA
*Alicia Izquierdo Rivera / Gabriel Araujo Paullada /
Jorge Alejandro Arnaiz Arredondo*
- 771** Principios metodológicos para la investigación
en culturas de tradición indígena
Yolanda Corona Caraveo / Graciela Quinteros Sciarano



JAVIER ESTEINOU MADRID

Elecciones del 2012: el desafío mediático de las televisoras

A partir de la conquista de nuevas capacidades de poder, los medios electrónicos privados de comunicación colectiva se convirtieron en grandes poderes fácticos que han transformado la estructura del tradicional Estado nación en México, construyendo en la actualidad un nuevo *Estado híbrido* conformado por los poderes Ejecutivo, Legislativo, Judicial y el *Mediático*. Este último, una vez más, demostró su fuerza cuando en las elecciones del 1 de julio del 2012 se negó a transmitir en sus canales estelares de cobertura nacional el debate político entre los cuatro aspirantes a la Presidencia de la República, argumentando que el fútbol y los concursos musicales eran más relevantes para la ciudadanía que las discusiones políticas. De aquí la necesidad de que la sociedad civil exija al Congreso de la Unión la aprobación de una nueva ley de medios y de telecomunicaciones que modifique la actual relación desproporcionada que existe entre monopolios informativos, Estado y sociedad, introduciendo un nuevo pacto plural y democrático entre estos actores.

Palabras clave: medios de comunicación, Estado híbrido, república mediática, ley de medios, alternativas comunicativas.

El surgimiento del nuevo Estado híbrido

Para entender con claridad la realidad del Estado-nación mexicano en el siglo XXI, es necesario abandonar las posiciones ideológicas doctrinarias u oficialistas que han definido al mismo, actuando como camisas de fuerza mental para entender este nuevo suceso

histórico en la fase moderna de la historia nacional. Así, hay que reconocer que este hecho no es una realidad acabada, sino que es un producto social en constante mutación que se ha edificado de forma distinta según han sido los diversos momentos de progreso por los que han atravesado

las fuerzas de poder dominante que definen el proyecto de dirección de la sociedad mexicana.

En este sentido, siguiendo la lógica constitutiva del Estado moderno, podemos decir que en la medida en que un sector o grupo social de poder es capaz de crear los mismos elementos rectores básicos que conforman al Estado clásico —como son contar con un territorio, una población, un aparato de gobierno, una organización jurídica, una capacidad de aplicación de la fuerza o de la violencia, una legitimidad, una lengua, una cultura, una identidad, una hegemonía, una forma de obtener recursos económicos, una moneda, etcétera—, esta entidad se convierte de facto en parte constitutiva del Estado real. De esta forma, ya sean reconocidos doctrinariamente o no por la teoría tradicional establecida sobre el mismo o por los “representantes oficiales” del Estado formal (abogados, ministros, juristas, magistrados de la Corte, legisladores, etcétera), en la realidad cotidiana tales entidades de fuerza pasan a formar parte de facto del Estado concreto o del Estado real que funciona eficazmente todos los días en nuestras vidas.

Dicha nueva transformación puede darse bajo dos modalidades: por una parte, en la medida en que sólo se

modifican algunos de sus elementos constitutivos, la nueva entidad de poder que surge se convierte en una nueva área o faceta de ampliación del Estado tradicional concreto sin que llegue a alcanzar el grado de consolidación de un nuevo Estado maduro. Por otra parte, en la proporción en que se transforman la mayoría de sus factores conformadores avanzando como instancias regidoras de la sociedad, dan origen a otro nuevo tipo de Estado concreto de naturaleza mestiza, o mezclada o híbrida, con sus propios elementos de fuerza y funciones específicas que cambian la estructura propia del Estado jurídico convencional.

La contundencia de acción del nuevo Estado o de una nueva rama postiza que se crea de éste, según sea uno u otro caso, dependerá del grado de consolidación que alcancen cada uno de los elementos estructurales que configuran al Estado como entidad rectora del conjunto social. Es decir, quedará en función del nuevo nivel de afianzamiento que obtenga la realización de su territorio, de su población, de su capacidad de aplicación de la violencia genuina, de su legitimidad jurídica, de su aparato de gobernabilidad, de su cultura, de su ideología, de su moneda, etcétera, como nuevos elementos de poder rector para gobernar al conjunto social. Este fenómeno significa que en la

medida en que evolucionen sólidamente en conjunto tales elementos rectores de poder público, estaremos ante el surgimiento de un nuevo Estado concreto o bien sólo frente a un nuevo rasgo estructural del mismo que impactará relevantemente sobre el proceso global de la dirección del país, sobre la formación de la hegemonía, sobre la maduración de la gobernabilidad y sobre la definición del proyecto de desarrollo nacional, colocando en cuestión la existencia pura del Estado jurídico convencional que se creó desde las etapas de la Independencia y la Revolución en México.

Por lo tanto, mediante un fenómeno histórico de cruzamiento o mixturamiento institucional que se dio entre los tradicionales poderes constitucionales formales y el funcionamiento de las tecnologías electrónicas de difusión masiva, que gradualmente alcanzaron posiciones fácticas, desde la mitad del siglo XX y principios del XXI, se ocasionó que el Estado nacional sufriera nuevas modificaciones sustanciales que cambiaron su naturaleza y sus funciones rectoras básicas. Así, las transformaciones graduales que a lo largo de varias décadas experimentó el Estado-nación posrevolucionario en cada uno de sus elementos estructurales constitutivos, con la acción del *poder mediático*,

dieron origen a un nuevo fenómeno de naturaleza mestiza que generó un nuevo tipo de “Estado híbrido”,¹ con su correspondiente nueva República histórica de naturaleza altamente mediático-política que modificó el escenario del convencional Estado contemporáneo en el país.

¹ La realidad híbrida del Estado contemporáneo no la entendemos desde la conceptualización antropológica o histórica tradicional del término que lo define como la fecundación que se produce en el ámbito racial por la mezcla de la cultura española con la cultura indígena o entre la población blanca y la población negra, originando otra situación racial combinada; sino regresando al origen primigenio del proceso mixturante del mestizaje lo asimilamos en un sentido sociológico como la suma de diversas fuerzas de poder totalmente distintas que se amalgaman entre sí, dando origen a una nueva realidad híbrida con diferentes características y funciones, que repercuten de manera diferente sobre la conformación y dirección rectora de la sociedad. En este sentido, a nivel de gobernabilidad de los poderes rectores nacionales, el fenómeno del mestizaje lo comprendemos como el hecho histórico que se genera en México por la mezcla de la Tercera República Nacional derivada de la posrevolución mexicana con la fuerza del *poder mediático electrónico* contemporáneo, alumbrando una nueva realidad de poder dominante híbrido que puede denominarse como el surgimiento del Estado híbrido en México.

De esta manera, el Estado híbrido nació en México como aquel fenómeno que mestizó o combinó el poder rector nacional que surgió en la etapa moderna de evolución de la sociedad mexicana a través de la suma de la estructura jurídico-política del “Estado formal” tradicional creado a partir de los movimientos de la Independencia de 1810 y la Revolución de 1910, y el gradual agregado de los modernos procesos mediáticos político-culturales que afloraron desde 1950 en adelante con la introducción de las tecnologías electrónicas de difusión colectiva en el país. Este trascendental cruce o mixtura de poderes rectores nacionales generó una nueva realidad histórica mezclada que produjo al Estado híbrido compuesto por la conjunción del Estado jurídico-político convencional más la fuerza del poder mediático avanzado en México.

En este sentido, el surgimiento del Estado híbrido en México no corresponde a una simple faceta más de evolución natural de la misma trayectoria del Estado tripartita republicano convencional que surgió desde la Tercera República Nacional; sino se refiere a una nueva etapa de mutación completamente nueva que dio origen a otro novel fenómeno histórico, en el que la rectoría de la nación, además de ser conducida por los habituales

tres poderes públicos constitucionales, ahora también es combinada, compartida o disputada cotidianamente por la intervención del *poder fáctico mediático*. De esta forma, los poderes fácticos mediáticos ya no sólo actúan como instrumentos externos de presión sobre el Estado tradicional, como sucedió hasta el último tercio del siglo XX, sino que a partir del intento de la transición a la democracia en México, del año 2000 en adelante, su fuerza rectora sobre la sociedad avanzó de tal forma que ahora ya son parte de la misma estructura, de la dinámica y del núcleo del Estado real que actúa informalmente todos los días en el país (Esteinou, 2009; Esteinou, 2010:61-93; Esteinou, 2011). Así, lo novedoso y central del Estado híbrido es que los medios no sólo actúan como poderes fácticos para influir o presionar sobre el Estado tradicional, sino que ahora ya evolucionaron para formar parte medular de corazón del mismo. Es decir, sin ser reconocidos oficialmente como parte constitutiva de la médula del Estado, se convirtieron paulatina y silenciosamente en elementos centrales del mismo.

Es por ello que para entender, a principios del siglo XXI, la nueva etapa de evolución en la que se encuentra el Estado mexicano, heredado desde los movimientos de la

Independencia de 1810 y de la Revolución de 1910, ahora es indispensable examinar el fenómeno del nuevo Estado híbrido con su correspondiente nueva República mediática que surgió en el país con los cambios estructurales que paulatinamente introdujeron las tecnologías electrónicas de difusión colectivas en la vida cotidiana del México contemporáneo. Esto es, debido a las capacidades técnico-culturales que gradualmente conquistaron las industrias culturales, éstas se convirtieron en poderes fácticos de carácter mediático que actuaron sobre el espacio público de la sociedad transformando al Estado-nación republicano, generando una nueva realidad de poder híbrido en el campo de la gobernabilidad nacional.

Sólo así comprenderemos que estamos en otra fase de desarrollo histórico del Estado nacional, que ya no corresponde a la filosofía ni a la concepción ni a los ideales de los movimientos emancipadores anteriores que le dieron vida en siglos pasados; sino que a comienzos del nuevo milenio, estamos ante la acción de un flamante Estado híbrido que es el nuevo paradigma histórico real que domina la gobernabilidad cotidiana de la nación y que, por consiguiente, es urgente que precisemos intelectualmente cuáles son sus características, su estructura, sus procesos

de acción, sus tendencias, las consecuencias sociales que provoca, sus crisis y la dirección auténtica hacia donde conduce el futuro del país.

De lo contrario, arrastraremos conceptualmente una vieja concepción formal decimonónica del Estado que será incapaz de explicar el verdadero fenómeno del Estado rector real que actúa diariamente en el México contemporáneo del siglo XXI.

Las elecciones del 2012 y el desafío mediático

En un clima de profunda crisis nacional —enmarcada por el alto desempleo de los habitantes, el avance incontrolable de la corrupción, la depauperización del poder adquisitivo de las mayorías, la creciente migración de trabajadores a Estados Unidos, el progreso de la inseguridad en todos sus niveles, la falta de futuro para los jóvenes, la baja credibilidad ciudadana en la política, la decadencia del sistema de educación pública, la deshumanización progresiva de las principales ciudades del país, la pérdida del liderazgo de México a escala internacional, una guerra contra los cárteles del narcotráfico que ha dejado más de 60 mil muertos, el

avance del deterioro ecológico en todas las coordenadas de la República, etcétera—, los partidos políticos iniciaron sus campañas de propaganda electoral para renovar los poderes públicos de la nación en julio de 2012.

Frente a esta severa realidad de conflictos estructurales que vive la sociedad mexicana en su proyecto de desarrollo, era indispensable que los diversos candidatos a la Presidencia de la República debatieran públicamente entre sí sus ideas y propuestas para el próximo periodo de gobierno. Mediante ello, sería posible crear una conciencia más clara e informada en la opinión pública para que los electores pudieran elegir el 1 de julio de 2012 a los aspirantes más adecuados, que contribuyeran a resolver en el siguiente sexenio los grandes conflictos de la agenda nacional y regional.

Así, en un contexto histórico enmarcado, por un lado, por el 1 de mayo de 2012 en el que se conmemoró el “Día del Trabajo” reivindicando las luchas obreras, las conquistas laborales y las demandas de los trabajadores de México y del mundo en general (*La Jornada*, 2 de mayo de 2012), y por el otro, por el 5 de mayo, en el que se festejaron los 150 años de la independencia de México cuando el general Ignacio Zaragoza en 1862 venció a las

tropas napoleónicas del imperio francés imponiendo “el triunfo de la razón por encima de cualquier interés que no fuera el de la nación” (*El Universal*, 3 de mayo de 2012); el Instituto Federal Electoral (IFE) anunció la realización del primer debate electoral entre los 4 candidatos a la Presidencia de la República: Enrique Peña Nieto, Josefina Vázquez Mota, Andrés Manuel López Obrador y Gabriel Quadri de la Torre.

No obstante dicha prioridad estratégica estructural planteada por el IFE para realizarse el 6 de mayo de 2012 en cadena nacional, asombrosamente las principales empresas de la televisión comercial privada desafiaron al Estado mexicano boicoteando la difusión masiva del primer encuentro entre los candidatos presidenciales. Así, Televisión Azteca argumentó que siendo que “a la mayor parte de los mexicanos no les interesaba el debate entre los candidatos en el formato que fue diseñado, pues sólo 15% del auditorio indicaba estar muy interesado y al 54% no le llamaba la atención en lo más mínimo” (*La Jornada*, 5 de mayo de 2012); la televisora decidió transmitir a la misma hora del debate el partido de futbol de la liguilla de cuartos de finales entre “Monarcas” y “Tigres” de la Universidad de Nuevo León (*Reforma*, 1 de mayo de 2012).

De esta manera, TV Azteca sostuvo:

[en primer término] que los medios de comunicación no están obligados por ley a transmitir el debate entre los candidatos a la Presidencia de la República [en segundo término] que la gente está hastiada del acoso de los políticos las 24 horas del día, por medio de millones y millones de anuncios en radio y televisión que fueron expropiados a los medios de comunicación por una reforma electoral nociva para el proceso democrático [en tercer término] que la gente está cansada de la forma en que se ha degradado el discurso político hacia un formato superficial y acartonado que no inspira [en cuarto término] que existen muchas otras opciones para ver el debate, tanto en radio como en televisión de paga e internet [en quinto término] que es necesario que las corporaciones televisivas operen con estrategias de negocio fundadas en las preferencias del *rating* del público y tomar decisiones de programación en consecuencia [en sexto término] si el día de la contienda hay cines, teatros, etcétera, también podría haber fútbol (*Reforma*, 1 de mayo de 2012) [finalmente, en séptimo término] así como se ha peleado por tener un debate, también se debe luchar por la libertad de no transmitirlo en todos los medios y por

ofrecer otras alternativas de programación a la audiencia (*La Jornada*, 5 de mayo de 2012).

Por todo ello, TV Azteca decidió no transmitir el debate por los canales 13 y 7 de cobertura nacional, y sólo lo difundió por el Canal 40 de menor cobertura regional experimental (Cortés, 2012).

Reforzando su posición opuesta al debate, el presidente de Televisión Azteca —empresa que más sanciones recibió del IFE desde el 2008—, Ricardo Salinas Pliego, subrayó por Twitter “¡si quieren debate, véanlo por Televisa, si no vean el partido por TV Azteca. Yo les paso los *ratings* al día siguiente!” (*La Jornada*, 1 de mayo de 2012). Ante este desplante empresarial unilateral del *poder mediático* la reacción de las redes sociales fue intensamente crítica al grado de convertir esta reacción en un tema del momento (*trending topic*) y Salinas Pliego reaccionó cuestionando al “grupito de ‘twitteros autoritarios’ que lo criticaron por no transmitir el debate presidencial y, en su lugar, pasar el partido Morelia-Tigres. ¡Este sí fue un verdadero debate entre ‘twitteros autoritarios’ y los ciudadanos libres de votar por lo que quieran ver” (*Reforma*, 2 de mayo de 2012).

Por su parte, Televisa decidió difundirlo por la cobertura menor del Canal 5 y no por la cobertura nacional de su Canal 2 estelar, en la cual decidió transmitir en el mismo horario el concurso de canto infantil denominado *Pequeños gigantes*, que en ese capítulo descalificó al grupo de niños concursantes denominado “Los rebeldes”.

En esta forma, el primer debate de los candidatos presidenciables sólo se transmitió por el Canal 11 (Politécnico Nacional), Canal 22 (Conaculta), Canal 34 (TV Mexiquense), Milenio TV, CNN en Español, Canal 5 (Televisa), Canal 40 (TV Azteca), repetidoras para las 32 entidades del país y señales especiales de internet (Martínez, 2012). A pesar de las restricciones impuestas por el duopolio televisivo, los resultados de penetración del evento fueron sorprendentes, pues el partido de fútbol “Monarcas-Tigres” transmitido por el Canal 40 de TV Azteca obtuvo nueve puntos de *rating*, y el debate presidencial transmitido por el Canal 5 de Televisa alcanzó una penetración superior a 10.4 puntos de *rating*.

Incluso, un mes después esta realidad de éxito televisivo volvió a repetirse cuando el segundo debate presidencial realizado el 10 de junio de 2012, tuvo un interés notable en la población al registrar 100% más de penetración con 22.6

puntos de *rating* en todo el país (*La Jornada*, 12 de junio de 2012). Todo ello demostró que pese a las limitaciones fijadas por el poder mediático la transmisión de la discusión política sobre el futuro del país, despertó más atractivo en el auditorio que la difusión del entretenimiento deportivo o espectacular en México.

Las consecuencias de la difusión del encuentro sobre la opinión pública también fueron importantes, pues las encuestas de opinión reflejaron un cambio importante en las preferencias de intención del voto al dejar a Enrique Peña Nieto con 46.9%, Josefina Vázquez Mota con 26.2%, Andrés López Obrador con 23.7% y Gabriel Quadri con 1.9% (*Milenio Diario*, 8 de mayo de 2012).

En este sentido, desconociendo que los empresarios de la televisión comercial privada funcionan en México con base en concesiones jurídicas que les otorga el Estado para funcionar a partir del interés público, el duopolio televisivo excluyó esta realidad y retó al propio Estado mexicano rebelándose para no transmitir a través de los principales canales de televisión dicho encuentro entre los aspirantes presidenciables. De esta forma, menospreciando toda la inversión material, física, cultural y humana que realizó el IFE en los últimos dos años para preparar la construcción

de una “democracia de alta intensidad” en el país que reflexionara y discutiera sobre las grandes contradicciones de crecimiento nacional (Cortés, 2012); el poder mediático minimizó tal evento que sólo se efectúa cada seis años en el país, y apostó por el modelo de la “democracia de baja intensidad”, donde no se le da relevancia o se margina la polémica sobre los grandes problemas nacionales, sino sólo privilegia los simples procesos de participación formal a través del voto.

La incapacidad de la clase política ante el poder mediático

La presencia de estos hechos demostraron que para el poder de la *telecracia* es más importante realizar el negocio publicitario que contribuir a la concientización ciudadana sobre los grandes problemas de la agenda nacional y, por consiguiente, constató una de las estrategias con la cual se opone a la creación de la *democracia deliberativa* en México. De esta forma, apostó por la ganancia comercial y la información acotada para continuar conservando su control político y no por edificar bases de mayor racionalidad civilizatoria.

Paradójicamente, mientras esa realidad sucedía en México en ese mismo marco histórico, en Estados Unidos, donde también se preparaban en el mismo año las elecciones presidenciales para la Casa Blanca, la National Football League (NFL) —una de las ligas de fútbol americano más rentables del mundo— decidió no interferir con el proceso electoral del presidente Barack Obama y, por primera vez, en toda su historia empresarial, modificó la inauguración de su temporada deportiva moviéndola para el 5 de septiembre con el fin de evitar obstaculizar el discurso del presidente Barack Obama en la Convención Demócrata del 2012 (*Reforma*, 1 de mayo de 2012).

En síntesis, todo este fenómeno mediático-político impuesto por los monopolios de la comunicación electrónica comprobó, las siguientes seis realidades:

1. La política dejó de ser política y se convirtió en *telepolítica*, adoptando las reglas y dinámicas de la televisión que son la virtualidad, el espectáculo y la obtención de su respectivo *rating*. De esta forma, los candidatos a la Presidencia de la República tuvieron éxito o no en la medida en que fueron buenos actores televisivos ante las cámaras o diales y no en la medida

en que sus propuestas planificadoras como estadistas encararan los grandes desafíos de la nación. La forma se convirtió en fondo, y el fondo prácticamente desapareció del horizonte de transformación del país.

2. En estas contiendas, los partidos políticos y el Instituto Federal Electoral emplearon los mayores recursos de difusión de toda la historia de la comunicación nacional con el uso de más de 43 millones de anuncios a través de los tiempos oficiales del Estado para difundir sus mensajes proselitistas a la sociedad; sin destinar un solo segundo de estos apoyos informativos para que los ciudadanos, que somos quienes pagamos dichos *tiempos de Estado*, pudiéramos discutir con tales instituciones políticas sus diversas propuestas de gobierno para el futuro de nuestras vidas.
3. La incapacidad de los partidos para comunicarse con la sociedad fue tan paupérrima que la estrategia fundamental de la mercadotecnia política de los candidatos a los cargos de representación popular, fue aplicar el “moderno” recurso de la *guerra sucia* entre sí, consistente en difamarse, ridiculizarse, denostarse, acusarse, descalificarse, anularse, desprestigiarse, etcétera, y no en discutir a fondo los urgentes problemas de nuestra grave agenda

de problemas nacionales y proponer las alternativas viables para la resolución de los mismos. Los pocos diagnósticos presentados por los candidatos a la jefatura de la República o a los gobiernos de los estados o al Distrito Federal sobre la situación de nuestras comunidades, fueron grandes lugares comunes que no fueron acompañados con las formas y los recursos concretos para realizarlos, sino quedaron como ofrecimientos de simples promesas oportunistas de campaña.

4. La acción desafiante de los poderes fácticos mediáticos fue producto de un gobierno mexicano cada vez más débil que no tuvo capacidad para regular la función social de los medios de comunicación electrónicos y de los legisladores que fueron ineptos para llevar adelante una nueva ley que democratizara la radiodifusión nacional y permitiera facilitar mayores opciones para que los concesionarios realizaran una difusión masiva de los debates presidenciales.
5. Tal comportamiento empresarial prepotente de los monopolios informativos constató la debilidad de los actores políticos y de sus instituciones frente al poder fáctico de las televisoras, como también el nulo interés de estas empresas oligopólicas por respetar el derecho

a la información y los procesos democráticos del país. Así, dichas empresas optaron por proporcionar pan y circo para las mayorías al priorizar el derecho superior de los televidentes para recibir con mayor cobertura informativa el fútbol y los eventos con los “nuevos valores musicales” infantiles; que actuar responsablemente ante lo que fue uno de los comicios más importantes para definir el destino de la nación en el 2012” (Calleja y Aziz, 2012).

6. Finalmente, el poder de la telecracia constató su desprecio por la democracia al decidir que es más importante realizar su negocio publicitario que contribuir a la concientización ciudadana sobre los grandes problemas de la agenda nacional, especialmente en las fases electorales.

El surgimiento del movimiento

#YoSoy132 y de la “primavera nacional”

Ante la severa crisis del sistema político nacional que durante mucho tiempo desdeñó o consideró muy poco a los ciudadanos, sorpresivamente los jóvenes del

país, hartos de esta larga herencia de irresponsabilidad, marginación, simulación y desvergüenza del viejo orden establecido, expresaron su indignación nacional creando, el 11 de mayo del 2012 a través de las redes sociales, el movimiento estudiantil denominado #YoSoy132, que rebasó la mercadotecnia propagandística *light* de los estrategias de los partidos y la posición prepotente de los poderes fácticos mediáticos de la radio y la televisión privada. Con dicha dinámica de insurgencia civil se inició sorpresivamente la etapa de la “primavera mexicana”, consistente en la discusión abierta de los grandes problemas de la nación por la sociedad civil, que durante muchas décadas no fueron capaces de generar los partidos políticos, ni el sistema de comunicación comercial de las industrias electrónicas particulares, ni el gobierno de “transición a la democracia”.

Dicho movimiento obligó a que la orientación verborrérica de las campañas políticas, la conducta autoritaria de los monopolios mediáticos y la actitud simuladora de los partidos, cambiaran de dirección, permitiendo la apertura y la expresión de la pluralidad en los diales de la radio y las pantallas de televisión; y paradójicamente, lograron que algunos de los candidatos a la Presidencia de la nación polemizaran con dicho frente ciudadano sobre cómo

enfrentar y solucionar los grandes pendientes de la agenda de la República.

Asombrosamente, este movimiento juvenil de renovación nacional surgió primero en internet a través de diversas redes sociales y, posteriormente, tomando físicamente los espacios públicos, con banderas ciudadanas que nunca antes se habían levantado como propuestas políticas de renovación del sistema de comunicación colectivo y de reestructuración del proceso de democracia nacional. Así, por ejemplo, demandaron limitar el poder de los monopolios de la comunicación, la transmisión en cadena nacional de los debates para la Presidencia de la República,

evitar la manipulación informativa de las industrias culturales, la creación de nuevas cadenas de televisión en todo el territorio nacional, el incremento de voces plurales en la programación comercial, la formación de figuras jurídicas defensoras de las audiencias, la apertura de nuevos espacios ciudadanos en los canales electrónicos, etcétera, que las plataformas legislativas de los partidos políticos nunca fueron capaces de plantear por sus bancadas durante muchas décadas pasadas.

De esta forma, el movimiento juvenil #YoSoy132 gradualmente planteó la siguiente agenda para la democratización de los medios de comunicación en México:

192



1. Comprometerse a combatir el monopolio informativo, fundamentalmente mediante la aplicación de cuatro estrategias:
 - a) La promoción de la competencia que garantice la pluralidad de opiniones en el ámbito de lo privado, a través de una reforma del marco jurídico que evite la creación y consolidación de monopolios y/o oligopolios informativos (televisión, prensa, radio, etcétera). Que genere a su vez un rango más amplio de contenidos y

- precios más competitivos, atendiendo a la función social que deben tener los medios.
- b)* El fortalecimiento y la garantía de independencia de los organismos reguladores en materia de medios de comunicación y telecomunicaciones, para evitar que sean sometidos por los entes regulados.
 - c)* La descentralización de las concesiones del espectro radioeléctrico y transparencia en los procesos y criterios de licitación, incentivando la diversidad y pluralidad en los medios de comunicación, así como su acceso a todos los segmentos de la sociedad en condiciones de equidad y de no discriminación.
 - d)* El reconocimiento e inclusión de los medios ciudadanos, alternativos y comunitarios conforme a tratados internacionales de derechos humanos y de libertad de expresión.
2. Comprometerse a que la transición analógica garantice el derecho a la información de la población y la inclusión de todos los sectores. La migración tecnológica deberá contener criterios democráticos que incentiven la diversidad y pluralismo de los medios, garantizando la inclusión de todos los sectores sociales en condiciones de igualdad y no discriminación al momento de la asignación

- de los nuevos canales para evitar que caigan en las mismas manos. Asimismo, el Estado deberá garantizar que el costo de la transición no sea un obstáculo para el buen funcionamiento de los medios públicos y permisionarios.
3. Crear y fortalecer un modelo de medios públicos, complementando los modelos existentes: estatal y privado. Entendiendo como medio público, aquel que cuenta con presupuesto público, patrimonio propio, autonomía y un consejo ciudadano que gestione sus contenidos.
 4. Garantizar el acceso universal a internet, especialmente para aquellos grupos vulnerables o marginados, buscando disminuir progresivamente la brecha digital. De igual forma, todo intento por regular la libertad de expresión en internet, deberá mantenerse al margen de la criminalización a los usuarios y prestadores de servicios en esta plataforma tecnológica (Principios generales, 2012).

Así, los jóvenes salieron a las calles de todo el país y de otras partes del mundo con diversas consignas como “Peña, la tele es tuya, la calle es nuestra”, “La tele te idiotiza”, “No queremos una democracia de telenovela”, “Estudiantes informados, jamás manipulados”, “No somos uno, ni somos cien; prensa vendida, cuéntanos bien”, etcétera (Hernández, 2012), con el fin de solicitar la existencia de otro modelo de

comunicación que favoreciera el proceso de la democracia y la creación de otro prototipo de desarrollo que diera un futuro positivo para las mayorías nacionales.

En este sentido, lo que la clase política y sus partidos no le permitieron lograr a la sociedad mexicana durante los últimos 40 años, los jóvenes lograron colocarlo relevantemente en la opinión pública en 20 días.

La respuesta del Estado a la primavera mexicana

Sin embargo, mientras miles de jóvenes estudiantes se organizaron en el país bajo el movimiento #YoSoy132 y salieron a las calles a protestar contra el duopolio de la televisión, la respuesta del gobierno el 15 de junio de 2012 fue empoderar más a dicho poder fáctico gigantesco al concederle privilegios mayúsculos, reforzar su concentración insolente y provocar a los jóvenes de una manera irresponsable. A través de esta acción unilateral el gobierno les envió a los estudiantes un mensaje durísimo: sus exigencias no valen nada.

De esta forma, debido a las burdas presiones que se configuraron sobre la Comisión Federal de Competencia

(Cofeco) y sobre la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) —como órganos reguladores— y a la manera en que el presidente de la República intervino para asegurar el acuerdo, el gobierno —a través de la Comisión Federal de Competencia— autorizó la fusión Televisa-Iusacell, mediante un recurso de reconsideración que previamente habían interpuesto jurídicamente tales empresas. Este hecho representó el más grande retroceso que se ha producido en el país en materia de competencia en el sector de la televisión abierta (Corral, 2012).

Con este fin, el primer mandatario citó a los presidentes de la Cofetel y de Cofeco para amarrar y sincronizar que al momento que la Comisión Federal de Telecomunicaciones aprobara lanzar una tercera cadena de televisión, la Comisión Federal de Competencia resolviera a favor de la concentración entre las empresas de Emilio Azcárraga y Ricardo Salinas Pliego. Dicha resolución de la Cofeco se debió a varios motivos, entre los que destacan, en primer lugar, la pusilanimidad de la mayoría de los comisionados de ese organismo para actuar de manera soberana; en segundo lugar, a que las televisoras desde hace mucho tiempo votaron por Enrique Peña Nieto y desde entonces cuidan, protegen, salvaguardan su inversión política,

no obstante que atravesen por el momento de mayor desprestigio público y por un creciente cuestionamiento social a su conducta parcial y manipuladora; finalmente, en tercer lugar, por el estricto interés presidencial de seguir granjeándose a la televisión en la etapa final de su sexenio y en el inicio de su condición de ex presidente, como si Felipe Calderón no supiera de la capacidad de las televisoras para reciclar sus lealtades, al momento mismo en que la banda presidencial pasa de unas manos a otras (Corral, 2012).

La decisión de autorizar la fusión de Televisa y Iusacell operó a contrapelo de la competencia, con varias y muy nocivas consecuencias para la sociedad mexicana, pues fue un duro golpe a nuestra incipiente vida democrática y es absolutamente contraria a la esencia de la Constitución Política Mexicana. No se trató de una decisión jurídica o técnica, sino fue un fallo político donde no triunfaron los argumentos de las televisoras en términos del recurso de reconsideración interpuesto, pues las mismas condiciones que la Cofeco había manifestado como existentes en su fallo del 24 de enero de 2012, se mantuvieron intactos hasta el momento de la autorización de la fusión. Es decir, nada cambió, pues ambas empresas continuaron siendo dominantes en el mercado de la televisión, son los principales depositarios

en el mercado de la publicidad, y son predominantes en el mercado de contenidos (Corral, 2012).

En consecuencia, la decisión tomada por la Cofeco provocó un enorme daño a la sociedad mexicana en el mercado de contenidos, en el de la información, en el de la comunicación, y en el de la democracia, puesto que dos empresas, que dicen competir en la televisión, estarán ahora asociadas en un negocio principal que es el de la telefonía y e internet. Lo que se ha asegurado con este fallo es que el duopolio pase a ser un oligopolio de la televisión para tener estrategias comunes, no solamente en cuanto a venta de publicidad, sino en la materia más importante que es la información.

No debemos olvidar que dichas empresas se han confabulado en más de una ocasión para abortar las políticas públicas cuando sus intereses pretenden ser afectados. Así, juntas resistieron a la reforma constitucional electoral de 2007 y la legal de 2008; boicotearon con absoluto descaro decisiones gubernamentales, para buscar la fusión de sus empresas en el negocio de la telefonía; tuvieron el mayor desplante retador frente a la democracia cuando decidieron sofocar el primer debate presidencial al transmitir un partido de fútbol y un concurso de baile,

en lugar de la discusión de los aspirantes a la Presidencia de la República; marginaron a varios competidores de sus pantallas; boicotean a actores políticos críticos; apoyan a ciertas candidaturas que les son favorables a su expansión, etcétera (Corral, 2012).

Por consiguiente, esta decisión fue una afrenta en términos de la política de competencia del Estado mexicano, pues el artículo 28 constitucional establece que

[...] en los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas [...] El Estado, sujetándose a las leyes, podrá en casos de interés general, concesionar la prestación de servicios públicos o la explotación, uso y aprovechamiento de bienes de dominio de la Federación, salvo las excepciones que las modalidades y condiciones que aseguren la eficacia de la prestación de los servicios y la utilización social de los bienes, y evitarán fenómenos de concentración que contraríen el interés público (Corral, 2012).

No obstante, la Cofeco explicó que la autorización estuvo vinculada al cumplimiento de ciertas condiciones. En realidad ahí está la mayor burla, puesto que se

dejaron fuera las que realmente eran necesarias, como la desincorporación de algunos canales de televisión por parte de las dos empresas, así como la retransmisión gratuita de las señales abiertas en los sistemas restringidos de televisión (satelital o cable).

La mayor condición de la que se ufano la Comisión Federal de Competencia es haber logrado que se licite una tercera cadena de televisión por parte de Cofetel, y que a ello no se oponga Televisa ni TV Azteca. Ahora resulta que para poder tener más canales de televisión era necesario pedirle permiso a los poderes fácticos mediáticos y convertir al duopolio en monopolio. A ver quién le compite, a ver quién le invierte a una tercera cadena de televisión frente al monstruo que acaban de crear, pues con esto se conforma la concentración de medios de televisión abierta más grande del mundo.

Es importante considerar que cuando se trata de la obligación de retransmisión de señales abiertas en sistemas restringidos, conocido como *must carry*, la colocó como una de las medidas más importantes adjuntas para el lanzamiento de una tercera cadena de televisión, pues nada garantiza que dicha cadena será retransmitida en los sistemas de televisión restringida de Televisa y Azteca

(Sky, Cablevisión, Cablemás, Totalplay, etcétera), mismos que concentran a más del 50% de los suscriptores a nivel nacional (Corral, 2012).

Pero además, con el acuerdo de multiprogramación aprobado por la Cofetel —que no multiplexeo—, cuando sobrevenga el apagón analógico tanto Televisa como TV Azteca podrán transmitir 20 y 15 canales adicionales respectivamente, toda vez que se les mantiene un ancho de seis mega hertz. Si a la nueva cadena de televisión abierta se le concesionan los mismos seis mega hertz, tendrá sólo cinco canales para competir contra los 35 que sumarían el duopolio, pero ya convertido en monopolio (Corral, 2012).

Como también lo ha señalado la empresa Dish, “Televisa y Azteca están verticalmente integrados en el mercado de contenidos. De esta forma, la concentración generará incentivos para la denegación de contenidos a la nueva cadena de televisión abierta. Así, la tercera cadena tendrá también que crear sus propios contenidos (Corral, 2012)”.

Debemos contemplar que el mercado de publicidad, de donde las cadenas televisivas obtienen sus ingresos, actualmente está dado. De esta forma, este mercado tendría que crecer para que pudiera ser rentable, ser concesionario de una tercera cadena de televisión. Sobre todo si consi-

deramos que actualmente ese mercado de publicidad sólo se divide en siete canales y, con el apagón analógico, tendrá que dividirse entre 40 canales diferentes. Los ingresos por publicidad son directamente proporcionales al *rating* de cada canal. De esta forma, la publicidad continuará cautiva de Televisa o TV Azteca en tanto la nueva cadena de televisión abierta no logre alcanzar niveles de audiencia comparables. Así, se corre el riesgo de que esta cadena de televisión no logre subsistir en el mercado por falta de ingresos (Corral, 2012).

Por ello, estamos ante una auténtica regresión, pues al aprobar esta fusión, la Cofeco se liquidó en su visión fundamental, se derrumba en su objeto esencial que es fomentar la competencia y promover las sanciones a las prácticas anticompetitivas.

[Al condicionarse mínimamente la autorización] se trata de barnizar uno de los mayores despropósitos en la política de competencia, exactamente en sentido contrario al reclamo social por democratizar, diversificar y ampliar la oferta comunicacional en la fase de transición política del país (Corral, 2012).

La debilidad de la democracia formal

Ante este panorama político es importante destacar que no obstante a que la reforma electoral introdujo un nuevo modelo de difusión política para los periodos de renovación de los poderes públicos, la mega concentración de poder y de gran persuasión social que previamente alcanzaron las industrias mediáticas en México, especialmente de la radiodifusión, debilitó la esencia democrática y plural de dicho proceso. Ello debido a que su creciente fuerza mediática se opuso a la reforma electoral creando una atmósfera contrarreformista y contrarreguladora que contribuyó a erosionar la rectoría política del Estado nacional en dicho ámbito.

De esta forma, aunque finalmente fueron elegidos con relativa libertad el presidente, los gobernadores, los diputados, los senadores y los munícipes de la República para el periodo de gobierno 2012-2018, en realidad todos estos poderes públicos quedaron vulnerados y acotados, pues tuvieron un margen de actuación y soberanía restringido ante los intereses que impone el megapoder mediático sobre la gobernabilidad del país. Así, los nuevos

poderes públicos de la siguiente fase de gobierno de la Tercera República Nacional que se renovaron con las elecciones del 1 de junio de 2012, nacieron previamente subordinados al viejo poder mediático super amplificado que dio origen a la Cuarta República Mediática en el México moderno de comienzos del siglo XXI.

En este sentido, a diferencia de la relevación de los poderes públicos republicanos que son elegidos cíclicamente por la población cada tres, cuatro y seis años mediante el sufragio efectivo en el país para que administren la gobernabilidad nacional; paradójicamente, los poderes fácticos mediáticos de la radio y la televisión nunca son elegidos o votados por los ciudadanos y sin embargo participan de forma, cada vez más, sustantiva e intensa en la definición y ejecución del proceso diario de gobernabilidad nacional, e incluso llegan a doblegar o superar a los poderes públicos de la República.

De esta manera, debido a la centralidad y concentración estratégica que alcanzó el sistema de medios de difusión electrónicos en México en el siglo XXI, fuera el partido, la institución, la corriente o el candidato político que ganó en los comicios de cada fase electoral, de antemano estructuralmente éstos quedan limitados, sometidos,

desafiados, desdibujados, avasallados y hasta suplantados por el sistema de presión económico-político-ideológico que ejerce el poderío mediático en el país.

Así, no obstante la aplicación de las nuevas reglas de difusión política de la reforma electoral, en última instancia, además del triunfo de la *partidocracia*, otro de los grandes ganadores de la contienda política de las elecciones intermedias de 2012, fueron los monopolios electrónicos de la difusión colectiva y no la sociedad, entre otras, por las siguientes siete razones:

1. Los monopolios mediáticos retaron abiertamente al Estado al no cumplir o acatar inadecuadamente las leyes electorales, imponiendo parcialmente sus reglas de poder empresarial mediático en esta esfera política.
2. Desacreditaron parcialmente a los órganos públicos como el Instituto Federal Electoral, el Congreso de la Unión y a los candidatos adversos a sus intereses mercantiles de expansión monopólica en mayor escala.
3. Televisa y Televisión Azteca con su estrategia discrecional de difusión de mensajes políticos “informales” actuaron cotidianamente como grandes maquinarias electorales muy eficientes que influyeron significativamente sobre la decisión del voto ciudadano y, por consiguiente, sobre los resultados electorales.
4. Debido a que el sistema de medios electrónicos reconstruye virtualmente la realidad social cotidiana, los nuevos representantes políticos de la República elegidos para conformar el Congreso de la Unión para el periodo 2012-2018 quedaron estructuralmente obligados a pactar en el futuro con el poder mediático para conservar su “buena imagen” pública y su consenso social, a cambio de recibir nuevos privilegios empresariales.
5. Conquistaron más capacidad como poder mediático al lograr colocar en la Cámara de Diputados la denominada “telebancada” de legisladores incondicionales *a modo*, especialmente a través del Partido Verde Ecologista de México, que obviamente en el futuro crearán las iniciativas de leyes *ad hoc* para proteger los intereses de la radiotelevisión monopólica y no los ciudadanos.
6. Negociaron con los partidos y candidatos prerrogativas oligopólicas más fuertes como fue la fusión de las empresas de telecomunicaciones Televisa-Isacell-Movistar, que representa un nuevo oligopolio que debilita la rectoría y soberanía del Estado mexicano que se creó en el marco de las elecciones de 2012. Con ello,

dicho oligopolio podrá renovar automática las concesiones de radiodifusión pendientes; apropiarse de los *canales espejos* prestados para continuar el proceso de la transición analógica a la digital; la dispensa de pago al Estado de contraprestaciones para ofrecer a los auditorios nuevos servicios agregados de telecomunicaciones; impedir que el IFE les aplique fuertes multas por violar los preceptos centrales de la reforma electoral; la reducción de pago de impuestos al poner en marcha nuevas empresas de comunicación; impedir la emergencia de una tercera cadena de televisión nacional que compita con el duopolio audiovisual ya consolidado; obtener nuevas concesiones de fibra óptica para expandir sus consorcios de radiotelevisión y de telecomunicaciones; generar una contrarreforma electoral después de las elecciones de 2012, etcétera. Es decir, vulnerar profundamente el proceso de construcción de la democracia en México y de la rectoría del Estado-nación.

7. Finalmente, los medios colectivos de difusión electrónica con carácter monopólico permanecieron gobernando cotidianamente al país, mediante la administración privatizada del nuevo espacio público mediático, sin la necesidad de haber sido elegidos por la ciudadanía

para este fin hegemónico, y sin aparecer ante la conciencia colectiva como fuerzas de poder nacional, sino autopresentados ante la opinión pública como meras instituciones neutras de “esparcimiento”, “información”, “distracción” y “cultura”.

Ante esta cruda realidad política del nuevo triunfo del poder mediático que se consolida cada vez más en el territorio nacional, es necesario preguntarnos: ¿para qué el Estado y la sociedad mexicana realiza el enorme gasto que representa la organización cíclica del voto ciudadano y el financiamiento de las múltiples campañas electorales en el territorio nacional y en el extranjero, si en última instancia el poder real habitual, en un alto porcentaje, define y ejerce el poderío ideológico político de los medios electrónicos de difusión colectivos que no son escogidos democráticamente por la ciudadanía, sino que éstos se le imponen a la sociedad por su propia fuerza fáctica, específicamente la telecracia?, ¿por qué, al mismo tiempo que la población recurrentemente selecciona a los representantes políticos de los diversos poderes públicos, no vota igualmente por la renovación y la dirección del proyecto comunicativo de las industrias mediáticas que también ya son poderes públicos

que participan medularmente en la dirección cotidiana de la nación? Si todas las instituciones del Estado que participan en el proceso de gobernabilidad nacional están sujetas a las reglas de la transparencia gubernamental, ¿por qué los medios electrónicos de difusión colectivos que también participan estratégicamente en la dinámica de la gobernabilidad cotidiana de la sociedad, no están sometidos a las normas de la transparencia pública?

Es por ello que el verdadero cambio democrático de la transición social a la democracia en México, además de implicar la apertura profunda de las viejas estructuras políticas a la participación civil, ahora requiere urgentemente el ajuste sustantivo de la acción de los poderes fácticos de los monopolios informativos a un nuevo estado de derecho virtuoso que sitúe a los oligopolios mediáticos bajo la dinámica constitucional de la igualdad, la transparencia y la democracia. De lo contrario, los partidos políticos continuarán impulsando por décadas la promoción cíclica de una fantasía democrática electoral de carácter formal que en la realidad diaria quedará subordinado a la verdadera estructura de poder cotidiano real que gobierna a la nación que es la *telecracia mediática*.

El conjunto de estas situaciones no delimitadas por los marcos jurídicos electorales legales pudieron colocar como ilegítimos los resultados de los procesos de sucesión gubernamental intermedios en México, creando un vacío político sumamente grave entre el antiguo sistema político que concluía su mandato y el nuevo grupo político que intentó ocupar los cargos de representación popular de manera “genuina” y “pacífica” en la sociedad. Dicha crítica realidad creó una coyuntura política muy delicada, pues pudo generar una grave inestabilidad y caos social que podría haber desembocado en la violencia colectiva y en otras manifestaciones de anarquía ciudadana, como sucedió con los resultados de las elecciones presidenciales de julio de 2006 en el país.

En este sentido, el proceso de construcción de la democracia en México se ubicó ante un severo peligro al no cubrirse estos vacíos jurídicos que dejó la reforma electoral, pues se comprobó, por una parte, que la voracidad mediática no tiene límite, ya que está dispuesta a provocar el colapso social, si éste se convierte en un negocio rentable para las empresas monopólicas de la radiodifusión nacional. Y por otra, que el Estado mexicano llegó a una etapa fallida de tanta debilidad en su capacidad rectora donde ya no

puede doblar a los poderes fácticos de la comunicación electrónica bajo los principios medulares de la Constitución Política Mexicana. Ahora son estos poderes fácticos mediáticos los que presionan y subordinan al Estado y a los órganos ciudadanos electorales en los periodos de cambios de poderes públicos para tener más ventajas con objeto de imponer socialmente a los candidatos electorales que les son funcionales con sus intereses de expansión empresarial.

¿Qué hacer?

Ante la concentración mayúscula de poder que han alcanzado los consorcios electrónicos de difusión y telecomunicaciones privadas, se requiere ejecutar diversas acciones de cambio en los niveles jurídico, comunicativo, formación de conciencia, fiscalización, participación ciudadana, regulación del poder mediático, y defensa del espacio de internet que posibiliten el rescate de la verdadera acción política, con su correspondiente comunicación política, y eviten que continúe avanzando el patrón de la telepolítica mediática unilateral, con su respectiva tendencia a la inestabilidad del sistema electoral, de la gobernabilidad nacional y de la paz

social en el país. Por ello, es necesario realizar, entre otras, las siguientes acciones:

1. Es impostergable que la sociedad civil exija al Congreso de la Unión la aprobación de una nueva ley de medios y de telecomunicaciones que modifique la actual relación desproporcionada que existe entre monopolios informativos, Estado y sociedad, introduciendo un nuevo pacto plural y democrático entre estos actores.
2. Los partidos políticos y los legisladores deben considerar que las concesiones de radio y televisión son un bien público de la nación que no deben estar sujetas al desafío de los concesionarios o de las fracciones políticas. En consecuencia, los partidos políticos deben abandonar su actitud complaciente de otorgar todos los privilegios unilaterales que demandan las televisoras y deben regresar a su responsabilidad básica de defender desde el Congreso de la Unión el interés general de la nación.
3. Ante los debates presidenciales el Instituto Federal Electoral y la Secretaría de Gobernación deben garantizar democráticamente la realización de los procesos electorales, asegurando que éstos sean transmitidos

en cadena nacional a todo el país y no por coberturas comerciales privadas restringidas que han demostrado que no les interesan fortalecer los procesos democráticos de la nación, sino sólo boicotearlos para acumular más dinero y negociar más cuotas de poder. En este aspecto, es conveniente considerar que la Secretaría de Gobernación puede y debe aplicar el artículo 62 de la Ley Federal de Radio y Televisión, que la faculta para ordenar que todas las estaciones de radio y televisión del país se encadenen para asuntos de trascendencia nacional. Los debates presidenciales son un espacio trascendente que ameritan que todos los medios los transmitan a la sociedad por ser de prioridad nacional (Calleja y Aziz, 2012).

Es por ello que en este marco de transición histórica de un tipo de sociedad autoritaria a otra más democrática, con el fin de fortalecer los “sentimientos comunicativos de la nación”, hoy más que nunca es necesario rescatar los fundamentos de la filosofía humanística aplicada a los procesos de información y cultura, que plantea que “las técnicas de la comunicación deben estar al servicio del

hombre y no el hombre al servicio de las técnicas de la comunicación” (falta dato, 1997).

Por tal motivo, al principio del nuevo siglo, la sociedad mexicana y los poderes públicos de la República, especialmente el Congreso de la Unión, hoy poseen las herramientas materiales y políticas suficientes que les permiten decidir por la disyuntiva histórica de aceptar caminar en los próximos años hacia un proyecto de sociedad regido por la cabeza mediática autoritaria de los oligopolios comunicativos privados que se han formado en nuestro país y los partidos políticos despóticos; o deciden avanzar hacia un proyecto de sociedad dirigido por la rectoría de un moderno Estado-nación comunicativo, reformado por la creación de un nuevo pacto normativo federal de equilibrio nacional entre medios de comunicación, Estado y sociedad.

La sociedad espera, cada vez más, con menor paciencia la respuesta que la clase política se ha negado a dar en las últimas décadas para transformar democráticamente las estructuras de comunicación colectiva en el país.

Bibliografía

- Calleja, Aleida, y Alberto Aziz Nasif (2012), “Televisora desafía a instituciones del Estado”, *Boletín Amedi*, Asociación Mexicana de Derecho a la Información, México, 2 de mayo.
- Esteinou Madrid, Javier y Alma Rosa Alva de la Selva (2009), *La “ley Televisa” y la lucha por el poder en México*, México, UAM-Xochimilco/Fundación Friederich Ebert/ Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México/Senado de la República/Coneicc/AMIC/Amedi/Cencos/Fundación Manuel Buendía.
- Esteinou Madrid, Javier (2010), “Bicentenario, tecnologías electrónicas de información colectiva y formación del Estado mestizo en México”, *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, núm. 25, año, XX, México, UAM-Xochimilco, Departamento de Educación y Comunicación [<http://version.xoc.uam.mx>]; [<http://version.xoc.uam.mx>].
- Esteinou Madrid, Javier (2011), “El Estado mestizo. El poder mediático y la transformación del Estado mexicano”, *Veredas. Revista del pensamiento sociológico*, número especial, año 12, “El rostro de la patria, visto por la generación bicentenario”, UAM-Xochimilco, Departamento de Relaciones Sociales, [<http://dchpublicaciones.xoc.uam.mx>]
- “Principios generales” (2012), Agenda del “Movimiento YoSoy#132”, Asambleas generales interuniversitarias,

México, UNAM/Uia/IPN/Claustro de Sor Juana/UAM-Xochimilco/UACM, junio-julio.

- Sánchez Villaseñor, José, “Filosofía fundadora de la Escuela de Comunicación”, Carrera de Comunicación, Universidad Iberoamericana, en Sánchez Villaseñor, Luis, S.J., “José Sánchez Villaseñor S.J. (1911-1961), Notas biográficas”, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) y Universidad Iberoamericana (Uia), Guadalajara, Jalisco, México, 1997, pp. 7-10.

Hemerografía

- “5 de mayo con sabor a México” (2012), *El Universal*, México, 6 de mayo.
- “5 de mayo: la lección” (2012), *El Universal*, México, 3 de mayo.
- “Arma revuelo Salinas Pliego” (2012), *Reforma*, México, 2 de mayo.
- Corral Jurado, Javier (2012), “Fusión Televisa-Iusacell, la burla”, *El Universal*, Columna Rotafolio, México, 17 de junio.

- Cortés Cano, Nayeli (2012), “Debate no se verá en canales estelares de televisión”, *El Universal*, 1 de mayo [<http://www.eluniversal.com.mx/nacion/196132.html>].
- Cortés Cano, Nayeli (2012), “TV Azteca reta a la autoridad: IFE”, *El Universal*, México, 2 de mayo [<http://www.eluniversal.com.mx/nacion/196158.html>].
- “Eligen horarios por *rating*” (2012), *Reforma*, México, 1 de mayo.
- “Encuesta de seguimiento diario Milenio GEA/ISA” (2012), *Milenio Diario*, México, 8 de mayo.
- “Fautalea el fútbol a debate del IFE” (2012), *Reforma*, 1 de mayo.
- Gómez Leyva, Ciro (2012), “La patanería de Ricardo Salinas Pliego”, *Milenio Diario*, México, 1 de mayo.
- Hernández Navarro (2012), Luis, “El fin de la democracia de telenovela”, *La Jornada*, México, 12 de junio [<http://www.jornada.unam.mx/2012/06/12/opinion/021a2pol>].
- “Ignora Azteca al IFE” (2012), *Reforma*, México, 1 de mayo.
- Martínez, Fabiola (2012), “Acuerdan IFE y CIRT garantizar en las 32 entidades la transmisión del debate”, *La Jornada*, México, 6 de mayo [<http://www.jornada.unam.mx/2012/05/06/politica/010n2pol>].
- “No hay reto al Estado; el debate a muy poco les interesa: Salinas Pliego” (2012), *La Jornada*, México, 5 de mayo [<http://www.jornada.unam.mx/2012/05/05/politica/007n1pol>].
- “Repudio mundial a recortes sociales en el Día del Trabajo” (2012), *La Jornada*, México, 2 de mayo [<http://www.jornada.unam.mx/2012/05/02/politica/002n1pol>].
- “Segundo debate, el más visto de la historia” (2012), *La Jornada*, 12 de junio.
- “Televisoras ponen en vilo al debate” (2012), *El Universal*, Columna Bajo Reserva, México, 1 de mayo [<http://www.eluniversalmas.com.mx/columnas/2012/05/95586.php>].
- “Todo listo para el desfile del 5 de mayo en Puebla” (2012), *El Universal*, México, 5 de mayo.
- “Torpedean TV Azteca y Femexfut el debate” (2012), *La Jornada*, México, 1 de mayo.
- Urritia, Alonso (2012), “TV Azteca, la empresa que más sanciones ha recibido del IFE”, *La Jornada*, México, 2 de mayo [<http://www.jornada.unam.mx/2012/05/02/opinion/009n1pol>].