

EDICIÓN ESPECIAL

Suplemento Especial, Año 3, Enero-Marzo 1998

| Número del mes | [Anteriores](#) | [Contribuciones](#) | [Sobre la Revista](#) | [Sitios de Interés](#) | [Directorio](#) | [Ediciones Especiales](#) |

Por: Dr. Javier Esteinou Madrid

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

I.- EL NUEVO MARCO HISTORICO PARA EL ANALISIS DE LOS MEDIOS ELECTRONICOS.

A.- Los Medios de Comunicación Electrónicos y la Construcción de la Hegemonía.

A partir del surgimiento de la radio en la década de los años 30s. y de la televisión en la década de los años 50s. en México, el papel de los medios de comunicación electrónicos se han convertido en instituciones tan estratégicas para el desarrollo político de nuestra sociedad que podemos decir que en la actualidad, los aparatos de mayor potencial socializador para dirigir al país, ya no son los aparatos ideológicos escolares o los religiosos; sino que ahora son los medios electrónicos de transmisión colectiva, en especial la televisión y radio, y las nuevas tecnologías de comunicación.

Así, con el rápido desarrollo y perfeccionamiento físico que han alcanzado todos los canales electrónicos en la República, no sólo se ha dado a través de estos un espacio de entretenimiento o de información pública; sino que vía estos el Estado mexicano ha estrenado un nuevo sistema nervioso cultural que ha transformado el interior de la estructura de la sociedad civil tradicional. Con ello, el Estado mexicano ha entrado en una nueva etapa cultural que ha modificado todo el esqueleto y la organización de los aparatos de hegemonía convencionales en la

nación; y ha colocado a los medios de comunicación avanzados como los principales aparatos de socialización del México moderno. De esta forma, con el surgimiento y funcionamiento de los medios de información colectivos en el país, se ha generado un gran desplazamiento de los principales centros hegemónicos tradicionales hacia el ejercicio de funciones secundarias y ya no primarias de la sociedad civil.

Sin embargo, no obstante este interesante corrimiento ideológico que se crea, el fenómeno estructural más importante que se produce con la presencia de los medios de comunicación, ante todo, implica una radical transformación del interior del esqueleto y dinámica de funcionamiento de la sociedad civil nacional. Esto significa, que antes de la emergencia de los medios de comunicación la esfera cultural de la sociedad mexicana poseía una sólida infraestructura material de producción, circulación e inculcación de las ideologías, basadas fundamentalmente, en procedimientos mecánicos y grupales de elaboración de la cultura. Dichos apoyos técnicos fueron eficientes para formar una red de canales productores y distribuidores de las significaciones, y con ello, mantener adecuadamente cohesionada la dirección de la opinión pública nacional vía la acción hegemónica.

Estos nuevos mediadores tecnológicos de formación de la conciencia penetran primero en los centros urbanos del país y después en el campo. La introducción de estas modernas tecnologías productoras e insemadoras de símbolos en la esfera cultural de nuestro país, convulsiona la estructura y organización de los aparatos de hegemonía prevalecientes. Esto es, con el surgimiento de los medios de comunicación, se revoluciona paulatinamente la base cultural y el conjunto de soportes institucionales de la sociedad civil, al insertar gradualmente una nueva base tecnológica, especialmente de carácter electrónico, que supera con mucha perfección el armazón y funcionamiento material de todos los aparatos de hegemonía anteriores.

B.- Medios de Comunicación Electrónicos y Transformación del Estado Mexicano.

Con la incursión y operación de los medios de información electrónicos en nuestra República se alteraron radicalmente los procesos masivos de producción, circulación e inculcación de símbolos y del sentido en el país; en una idea, de elaboración de la conciencia social. Su presencia ha representado el mayor potencial tecnológico para hacer participar a las masas en los sistemas de signos que cohesionan a la sociedad. Dicho fenómeno se ha enclavado, a tal grado, en

las víceras de la sociedad civil, que cimentado sobre las viejas relaciones de comunicación de la etapas de desarrollo premonopolista, ha dado origen a un nuevo "modo de comunicación" que se distingue por la forma ampliada de elaborar, distribuir e inculcar las ideologías sobre los auditorios.

Es a partir de este instante que la estructura de la sociedad civil experimenta un sustancial salto cualitativo al construir las tecnologías de comunicación una nueva relación macro social entre los hombres: la mediación informativa entre grupos e individuos. Desde este momento, la elaboración de la conciencia social e histórica de las personas y organizaciones sociales nacionales ha pasado a depender en un alto grado de esta mediación cultural.

Por ello, desde el instante en que se ha modificado esta relación informativa que se da entre las máquinas y empresas de producción de la conciencia y los individuos, se genera un cambio en la esfera ideológica. En resumen, podemos decir que existe una relación de reciprocidad histórica entre los cambios operados en las tecnologías productoras del sentido y los cambios que se dan en la sociedad civil: **a mayor revolución de los medios electrónicos, mayor transformación de la sociedad civil; y a menor modificación de los medios de comunicación, menor alteración del equilibrio de la sociedad civil.**

Por ello, observamos que esta mediación permite relacionar la conciencia local de los individuos con las realidades más disímolas, lejanas y heterogéneas de que se pueda tener noción. Así por ejemplo, los canales de información vinculan la conciencia del campesino monolingüe con las conquistas espaciales de la nave Columbia, la cultura del ciudadano medio con las decisiones centrales del Estado Mexicano, la religión del indígena con el consumo multinacional, la visión del niño latinoamericano con los conflictos militares de Asia, la sensibilidad de la mujer del tercer mundo con los movimientos de liberación femenina de los países altamente industrializados, los movimientos pacifistas mundiales con la Guerra del Golfo Pérsico de 1991, la sensibilidad de los ciudadanos de las grandes ciudades con el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), etc.

Esto se debe a que los avances científicos que han conquistado las industrias de comunicación electrónicas y espaciales en el país, han permitido reducir y alterar sustancialmente los tiempos y las complejidades de las condiciones materiales que exige la realización del circuito del modo de comunicación social. Es decir, el motor principal de esta transformación que proviene del desarrollo extremadamente intenso de las tecnologías de las comunicaciones, la generalización de la radiodifusión, el surgimiento avasallador de la televisión en los hogares, la capacidad de transmisión directa vía satélite, el perfeccionamiento de la transmisión telegráfica, y la gran capacidad organizativa y multiplicadora

aportada por la informática; han cambiado radicalmente el significado y el impacto social de las comunicaciones en la sociedad contemporánea (1).

Así, los medios de comunicación y las nuevas tecnologías informativas se instalan como los soportes culturales más perfeccionados de las sociedades altamente industrializadas y en vías de desarrollo, que crean la principal dirección y el ensamble ideológico de las sociedades avanzadas.

La incorporación de estas nuevas tecnologías culturales al terreno de la sociedad civil, han modificado las bases tecnológicas que sustentan a los viejos aparatos ideológicos y han generado una silenciosa revolución cultural que desplaza a los principales aparatos de hegemonía a un plano secundario. Dicha revolución se caracteriza por crear una multitud de nuevos conductos o canales culturales por los que circulan las significaciones o mensajes sociales que impactan sobre las conciencias y hábitos culturales del pueblo. El conjunto de estos canales, gradualmente ha tejido una nueva red de relaciones ideológicas de distintas dimensiones (macro y micro redes) que articulan simbólica, afectiva y racionalmente a los distintos grupos sociales.

La proliferación y acumulación de estas redes ha creado un nuevo sistema nervioso informativo que cristaliza en la producción de un nuevo tejido cultural que penetra todos los rincones de la sociedad civil. Este tejido ha cohesionado de manera distinta a la sociedad y produce una nueva cultura: la cultura de masas. Dicha cultura ha modificado sustancialmente el modo de vida imperante y produce un nuevo prototipo de ver, de sentir y de actuar colectivo como nunca antes lo había registrado la historia nacional (2).

La conquista material de estas nuevas facultades sobre el tejido ideológico de la sociedad contemporánea, ha alterado sustancialmente el torrente cotidiano de producción y distribución de la conciencia. Esto ha modificado los hábitos, apetitos y conductas culturales tradicionales e introduce la presencia de otros nuevos. Con ello, se ha iniciado una nueva etapa histórica de la construcción transclasista de la conciencia de los individuos, desde el momento en que el corazón de la opinión pública cotidiana y de sus comportamientos prácticos derivados de esta, cada vez más, son elaborados por las mediaciones simbólicas que producen las tecnologías de comunicación avanzadas y no por los procesos ideológicos de otros aparatos de socialización.

Con la expansión y la consolidación gradual de los medios de comunicación y de su correlativa cultura de masas como nuevas fuentes de conocimientos, se han relegado o substituido paulatinamente a las viejas formas de comunicación que cohesionan e identifican a la sociedad tradicional (3). Este fenómeno prende, a tal

grado, en el terreno mental de nuestra sociedad que el avance tecnológico de los medios ha desencadenado una mutación en la estructura cultural. Este cambio tiene distintas facetas, pero descolla con toda energía cuando por influencia de los medios, la sociedad civil ha pasado de ser un ámbito de formación de la hegemonía a través de acciones grupales, gremiales o de lenta cobertura institucional; a ser un espacio construido por un nuevo tejido tecnológico que ha producido un novedoso ecosistema cultural de la sociedad civil nacional.

De esta manera, en el período más breve de toda la historia de nuestra República, los medios de información de masas han desplazado la vías convencionales de comunicación que integran a la comunidad contemporánea, y se han convertido rápidamente en las principales instituciones de dirección ideológica con que cuenta las sociedades presentes. Es a través de éstas tecnologías que se ha creado el nuevo sistema nervioso que estructura y dirige las acciones culturales del Estado mexicano. Es por mediación de ellos que nuestra sociedad ha integrado su nuevo esqueleto de moral colectiva.

Este fenómeno ha fabricado un nuevo entorno ideológico que altera el mapa cultural existente hasta el momento en el país y ubica a las técnicas de información como las principales instituciones que articulan culturalmente la base económica con la superestructura social. Esta presencia incisiva de los medios de comunicación ha corregido profundamente la división del trabajo cultural que ha creado el Estado moderno. Con ello, se reestructura la tradicional práctica ideológica de las principales instituciones culturales que soportan al Estado mexicano, y esto, genera una radical modificación de la correlación de fuerzas culturales que se dan al interior de la esfera cultural de nuestra sociedad.

El desplazamiento estratégico de los viejos centros hegemónicos por los medios de comunicación, no significa que dejen de existir y funcionar los otros sistemas de socialización secundarios como es el aparato religioso, jurídico, familiar, político, educativo, cultural, etc.; sino que simplemente son reubicados históricamente en un nuevo espacio cultural secundario con nuevas funciones estructurales de la sociedad civil. Con este moderno tejido informativo que introducen los medios de comunicación en el país, se ha creado un nuevo orden cultural al interior de la superestructura ideológica de la sociedad. Dentro de este nuevo marco, los medios emergen como los nuevas instituciones orgánicas de la sociedad moderna mexicana.

De esta manera, a partir de este momento histórico **los medios de comunicación modifican la estructura de la sociedad civil heredada por la sociedad capitalista del siglo XIX y se convierten en la instancia ideológica principal,**

desde la cual se subordina, y en gran parte se reemplaza de su lugar central a la familia, la iglesia, la escuela y otros aparatos de socialización cultural. A partir de este momento, los aparatos de comunicación nacionales se han convertido en el epicentro cultural que dirige y esculpe los marcos o referentes de conciencia y opinión pública fundamentales de la sociedad civil contemporánea.

C.- Las Tecnologías de Comunicación y la Construcción del Nuevo Estado Ampliado.

La emergencia de los medios de comunicación en nuestro país, no sólo representa la radical transformación del interior de la sociedad civil, sino que básicamente **el fenómeno más relevante que produce, es la creación de una nueva dimensión ideológica de la sociedad.** Esto es, en términos generales, **puede pensarse que con la presencia de los medios de comunicación la sociedad en su conjunto sufre una gran dilatación cultural, desde el momento en que todos los individuos o grupos sociales pueden extender la realización de sus tareas o funciones específicas a través de las técnicas de información (4).**

La sociedad mexicana entra entonces en la fase de producir nuevos procesos culturales de consecuencias sociales amplificadas e insospechadas. Sin embargo, debido a que los medios de comunicación no son entidades "autónomas" o "neutrales" como lo presentan las versiones funcionalistas o instrumentalistas de la comunicación (5), sino que son intermediarios técnico-industriales de las relaciones sociales que se dan al interior de la sociedad, solamente pueden participar a través de estos aquellos grupos que tienen acceso al control y dirección de los mismos.

Por consiguiente, siendo que en la sociedad capitalista las grandes tecnologías de información (prensa, cine, radio, televisión, cablevisión, satélites, computadoras, redes de datos, etc.) están subordinados por las fracciones gobernantes, mediante factores primarios (propiedad de los medios, desempeño como industrias culturales, financiamiento institucional y marco jurídico) y factores secundarios de poder (control de la producción, circulación e infusión del sentido), únicamente pueden actuar a través de estos los estratos dirigentes (6). Estas fracciones de grupos dominantes son quienes forman en esencia al Estado en sentido amplio. En consecuencia, quien puede intervenir socialmente vía estos aparatos de información, no son todos los sectores de la sociedad, sino el Estado en sentido extenso.

Es por ello, que con la presencia de los medios de comunicación lo que se transforma en México a corto plazo es el esqueleto ideológico del Estado, y a largo plazo, el de toda la sociedad en su conjunto. De esta manera, con la acción de las tecnologías de información el Estado experimenta una gran transformación al interior de su estructura cultural, pues las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realiza, entran en una nueva fase de extensión geométrica que da origen a una faceta del poder: el moderno Estado Ampliado (7).

Históricamente esta dilatación del Estado no se inicia con la presencia de las tecnologías de información, sino con la aparición de las primeras instituciones ideológicas como son la familia, la iglesia, las organizaciones culturales, la escuela, etc., que posibilitan las primeras expansiones culturales del gobierno. Sin embargo, con el desarrollo de estas nuevas herramientas intelectuales productoras de conciencia, los aparatos de hegemonía tradicionales sufren un desplazamiento sustancial del lugar central que ocupan, para dar paso al surgimiento de una nueva ampliación del bloque en el poder, vía las modernas tecnologías de comunicación (8).

Por este motivo, el nacimiento de esta nueva zona del Estado Ampliado en México se encuentra en íntima correspondencia con la evolución y organización que adopta cada nuevo sistema y proceso de comunicación que aparece: a mayor producción de máquinas culturales, mayor expansión del Estado Ampliado; y a menor desarrollo de las tecnologías de comunicación, menor ampliación del Estado. Así observamos que la emergencia y desarrollo de todo medio de información, provoca una nueva transformación o desdoblamiento del Estado Ampliado y de la sociedad.

La especificidad de este flamante Estado Ampliado, se caracteriza porque, a través del nuevo tejido tecnológico que construyen los medios de comunicación en la superestructura social, estos alcanzan una nueva inserción orgánica más profunda que la que obtiene la iglesia, la escuela, los partidos políticos, etc. como aparatos de hegemonía. Con estas nuevas herramientas culturales el Estado riega, abona y cultiva permanentemente el tejido social con las ideologías coyunturales que cotidianamente produce desde su base material. Con ello, en algunos casos fortalece y vitamina las células económicas y políticas que le dan vida; y en otros, "cura" o "restituye" aquellos órganos que entran en fase de "putrefacción social".

Esta nueva articulación estructural se efectúa de manera más integrada con los aparatos de comunicación que con las tradicionales instituciones de hegemonía, debido a las nuevas capacidades orgánicas que estos conquistan para cohesionar

a la población, y que son su alto grado de penetración ideológica, su contacto permanente que establecen con el auditorio, y la saturación constante que alcanzan sobre los campos de conciencia de la mayoría de los grupos sociales. De esta forma, mediante los apoyos tecnológicos que le brindan los medios de comunicación, el Estado conquista una nueva capacidad orgánica para realizar de manera más competente las funciones culturales que debe ejecutar como instancia rectora de la sociedad. Es decir, las funciones ideológicas que antaño ejercía el Estado a través de pesados y burocráticos aparatos administrativos, jurídicos, fiscales, pedagógicos, económicos, etc., ahora son realizados con mayor ligereza o suavidad por medio de las tecnologías de información; sin que por ello, la infraestructura organizativa de los primeros desaparezca, sino que simplemente se reforma desplazándose a lugares secundarios.

Dichas funciones son múltiples y varían según las coyunturas y los ciclos históricos por los que atraviesan; e impactan, dependiendo de lo anterior, en distintos procesos y sectores de la sociedad. Así, por un lado, a través de sus prácticas ideológicas los medios electrónicos influyen en las áreas políticas, económicas, morales, psíquicas, sexuales, etc., del cuerpo social. Por otro, mediante éstas realizan operaciones financieras, de modernización cultural, de reproducción de la energía laboral, de mutación de hábitos alimenticios, de control natal, de liberación de instintos lúdicos, de reordenamiento político, de secularización o desecularización masiva de la cultura, de participación o narcotización social, de organización económica, de concentración de valor, etc.

De esta manera a través de la realización más eficiente de estas tareas, los canales de información se han convertido en las principales instituciones productoras de hegemonía. Esta nueva posición estructural que conquistan la obtienen a partir de las actividades sociales que ejercen por vía de los mensajes e ideologías que producen, circulan e inculcan.

Sin embargo, la primacía de las tecnologías de información en la articulación y consolidación de esta relación estructural, básicamente la observamos, entre otras, por la múltiple inserción orgánica que efectúan estas en el proceso de reproducción fundamental de la sociedad moderna. Con la realización ampliada de estas tareas culturales a través de las más modernas tecnologías de información, el Estado queda facultado para organizar y cohesionar a la población en función a su proyecto de desarrollo. Mediante ello, se amplían sus bases de legalidad y se incrementa su poder para coordinar y cohesionar coyunturalmente a la población.

Con esto, se obtiene de forma más segura el consentimiento activo o pasivo que requiere la conducción del conjunto social. Así, con la intervención de los medios

de comunicación electrónicos se reduce la distancia existente entre cúpula dirigente, intelectuales orgánicos y masa de individuos, lo que a su vez, repercute en la creación de un Estado más cohesionado y sólido. En una idea, conquista la dirección intelectual y moral del conjunto social vía los medios de comunicación.

De esta forma, con la adquisición de estos modernos brazos tecnológicos, el Estado Ampliado Mexicano alcanza una nueva capacidad para ordenar y restaurar permanentemente el tejido social. Así, realiza de manera más eficiente dos grandes articulaciones culturales de la sociedad. Por una parte, realiza diariamente, en forma masiva y casi intangible, la articulación consensual de la base económica de la formación histórica, con su superestructura política e ideológica de organización y regulación social.

Por otra, cohesiona culturalmente a la sociedad política con la sociedad civil, es decir, vincula los aparatos de coerción (policía, fuerzas armadas, burocracia, tribunales, etc.), con los aparatos de hegemonía (escuelas, familia, iglesias, partidos políticos, sindicatos, medios de comunicación, etc.) y viceversa. Estas dos articulaciones o direcciones del Estado se distinguen porque a diferencia de la conducción represiva que es clara y brutalmente coercitiva, estas nuevas direcciones son sutilmente pedagógicas y persuasivas.

De esta forma, a partir de la incorporación de los aparatos de información al campo de acción del Estado, se produce la proyección y ampliación de éste sobre la trama "privada de la sociedad" y se da la expansión molecular de la clase dirigente sobre el conjunto de la vida social [\(9\)](#).

Con éste fenómeno se incrementan notablemente las facultades prácticas del Estado para integrar culturalmente a los distintos grupos sociales alrededor del programa de desarrollo que requiere dirigir. En una idea, con la incorporación de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de información al aparato gubernamental, aumenta sustancialmente el potencial del Estado para producir y conservar su hegemonía.

Por ello, podemos decir que en la sociedad mexicana, los medios de difusión colectiva y las nuevas tecnologías de producción de símbolos y sentidos, se han convertido en los principales instrumentos culturales que crean y mantienen la hegemonía que reproduce ideológica y política al sistema de poder nacional. De aquí, la enorme importancia de estudiar y reglamentar jurídicamente su operación política para construir condiciones más democráticas del juego electoral.

Sin Título
Juan Rulfo

II.- EL NUEVO CONTEXTO POLITICO DE LA ELECCIONES.

La historia electoral de nuestra nación nos enseña que las campañas políticas para la Presidencia de la República y otros cargos de representación popular que se han realizado en el país, con el paso de las décadas, gradualmente, se han vuelto más complejas. Así, observamos, por ejemplo, que al principio de los procesos electorales pre y pos revolucionarios el detonante que, básicamente, disparó la decisión del voto ciudadano para elegir candidato se centraba en la cantidad y calidad del contacto directo que mantenían los diversos personajes en contienda con los múltiples sectores con los que se deseaba realizar sus campañas de convencimiento ciudadano. Para ello, se utilizaron los mítines abiertos, la oratoria en las plazas públicas, la visita a los centros de trabajo, las conferencias colectivas, las declaraciones frente a las centrales de trabajadores, los grandes desplegados exteriores, el acarreo de masas, etc.

Sin embargo, conforme ha evolucionado la sociedad mexicana en las últimas décadas y la población se ha reproducido vertiginosamente hasta convertirnos en una nación de gigantescas colectividades, especialmente de masas urbanas, el fenómeno electoral se ha transformado sustancialmente. Así, constatamos que **en nuestra época moderna el detonante central que dispara la decisión ciudadana para definir la dirección de su voto, se desplaza del espacio que ejercía la labor de contacto directo con las masas; para ahora trasladarse drásticamente al campo de los medios de comunicación colectivos y sus derivados de cultura de masas. Es decir, en el México de finales del siglo XX la hegemonía política del país ya no se construye a través del mitin tradicional y de sus instrumentos colaterales de antaño, sino que ahora la hegemonía se conquista predominantemente a través de la actividad de**

persuasión civil a distancia que los partidos políticos efectúan vía los medios de comunicación, especialmente, los modernos canales electrónicos.

Este último marco histórico es el contexto de transformación estructural en que se desarrollarán las próximas campañas políticas para elección de diputados, senadores, gobernadores, Regente de la Ciudad de México, jefaturas de partidos políticos y presidente de la República entre los diversos partidos políticos de México: Partido Revolucionario Institucional (PRI), Partido Acción Nacional (PAN), Partido de la Revolución Democrática (PRD), Partido Verde Ecologista (PVEM), Partido del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional (PFCRN), Partido del Trabajo (PT), Partido Popular Socialista (PPS) y el Partido Auténtico de la Revolución Mexicana (PARM).

Dicha mutación social significa para las nuevas elecciones que el espacio estratégico donde se dará y decidirá la batalla por el convencimiento de las masas nacionales, ya no serán los Kioscos comunitarios, los ateneos, los recintos de las casas de culturas, las alcaldías, los auditorios cerrados, las alamedas de las colonias, las visitas domiciliarias, las explanadas universitarias, las pintas de las bardas, etc. donde se reúnen los candidatos con sus distintos públicos; sino que, sin desaparecer estas actividades, el nuevo espacio neurálgico donde se definirá la elección civil será la zona de mediación política que construyen los medios de comunicación colectivos entre partidos y sociedad, vía la dinámica simbólica que estos producen.

En otros términos, si sumamos el total de públicos vivos con los cuales entran en contacto directo los múltiples candidatos a cargos de representación popular a lo largo de todas sus giras políticas, obtenemos un dato insignificante frente a la gigantesca "Caja de Resonancia Social" que construyen los medios de información al difundir instantáneamente los actos de campaña a los 85 millones de habitantes del país. En este sentido, aunque los mensajes e imágenes de las campañas se construyen a partir de dichos eventos concretos de contacto humano directo y cotidiano con los ciudadanos; **el corazón de área de batalla de los nuevos comicios se decidirá crecientemente en el espacio propagandístico de los canales colectivos de difusión y no en otras áreas sociales y políticas. De esta forma, podemos decir que las próximas elecciones presidenciales se ganarán o se perderán en la esfera de competencia de los medios de comunicación social y no en otros espacios de socialización política, especialmente, cuando esta es la primera ocasión en toda la historia de México que se introducirán los debates abiertos de los diversos candidatos a través de los canales de difusión colectivos [\(10\)](#).**

Así, la imagen y la opinión que los ciudadanos se han formado de los diversos candidatos ha provenido fundamentalmente de la mediación simbólica que han elaborado los medios de comunicación y no de otros conductos institucionales. Por ejemplo, hasta antes del asesinato del Lic. Luis Donald Colosio en 1994, candidato del PRI a la presidencia de la República, basados en la información que arrojaron cotidianamente los canales de información sobre la imagen política de los tres más importantes postulantes a la presidencia de la República, la población del Distrito Federal adoptó en marzo de ese año las siguientes tendencias electorales:

**CUALIDADES
MEDIDAS**

CANDIDATOS

**Luis Donald Colosio Diego Fernández de
Cevallos Cuauhtémoc Cárdenas**

Pacifista	79 %	75 %	57 %
Equilibrado	75	68	55
Audaz	72	64	74
Tolerante	72	61	43
Activo	70	58	66
Sensible	67	59	51
Legítimo	61	64	53
Simpático	61	56	36
Nacionalista	58	62	56
Cerca del Pueblo	56	53	54
Honesto	55	59	45
Independiente	49	50	51
Flexible	48	48	38
Progresista	47	35	38
Realista	46	45	38

Fuente:

Datos preparados a partir de las encuestas realizadas por el Laboratorio de Opinión Pública para el periódico El Financiero el 2, 3 y 4 de marzo de 1994 en el Distrito Federal, sobre una base de 400 personas mayores de 18 años, seleccionadas por el método de cuotas, de acuerdo con los últimos datos del Censo General de Población. Cárdenas. Conciencia, El Financiero, 2 de marzo de 1994; Diego. Conciencia, El Financiero, 3 de marzo de 1994; Colosio, Conciencia, El Financiero, 4 de marzo de 1994.

Esta realidad cobró especial relevancia cuando constatamos que para las elecciones presidenciales de 1994 se establecieron nuevos candados-políticos para defender la fidelidad del voto ciudadano, y por lo tanto, para evitar la corrupción o fraude electoral. Así, observamos, por ejemplo, que en dicho período político se elaboró un nuevo Padrón Electoral que se sometió a diversas auditorías externas para confirmar su validez (11), el Ex-Secretario de Gobernación Lic. Jorge Carpizo Mac. Gregor (hombre de conocida honradez e integridad pública) se comprometió oficialmente a defender la transparencia electoral (12), se expidieron nuevas credenciales de elector con fotografía y con código de identificación de barras, se firmaron por la mayoría de los partidos políticos el "Pacto de Civilidad Electoral" (13), se aceptó la presencia de observadores nacionales y extranjeros durante los comicios (14), se comprometieron todos los candidatos presidenciales a respetar el voto, se planteó la realización de un período extraordinario de sesiones en el Congreso Legislativo para discutir la transparencia y confiabilidad de la elecciones y realizar una reforma a la ley electoral (15), etc.

Además de estas realidades políticas, existieron otras condiciones nacionales e internacionales que exigieron la aplicación de la total democracia electoral en nuestra nación: Así, por una parte, actuó la presión de los grandes capitales extranjeros que demandan procesos electorales transparentes para considerar a México como un país democrático donde se pueda invertir sin peligrar la paz social, y por lo tanto, el destino de sus inversiones monetarias en nuestra patria sea seguro (16). Por otro lado, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) pidió "imparcialidad de los órganos electorales, respeto estricto al voto y que ningún partido tenga ventajas en las elecciones" para cancelar la "Declaración de Guerra" al gobierno mexicano y firmar la paz social (17). Por otra parte, la Iniciativa Privada exigió que para que México acceda a una "Nueva Era de Civilidad Democrática" se efectúen elecciones limpias, claras, transparentes y de estricto respeto al voto (18). Finalmente, la iglesia católica señaló que la única forma de rescatar la creciente pérdida de confianza electoral y el progresivo clima de ingobernabilidad que avanza en el país, se dará con el respeto al voto libre y responsable (19).

Todo esto significó que, cada vez más, las elecciones tuvieron que ganarse en base al óptimo trabajo de eficacia electoral, particularmente, en el uso de los medios de comunicación social, pues el margen de maniobra para realizar el tradicional fraude electoral quedó cercado radicalmente por los anteriores mecanismos de supervisión política. Situación que obligó a los diversos partidos políticos a implementar la ingeniería comunicativa mas eficiente y avanzada para ganar las elecciones. Especialmente, cuando de manera paralela el Instituto Federal Electoral (IFE) redujo el tope máximo para gastos de campaña de los

diversos partidos en contienda de 730 millones de nuevos pesos a 135 millones [\(20\)](#).

De aquí, la importancia crucial de reflexionar en términos electorales **¿ Cómo emplear a los medios de información colectivos para conquistar las victorias electorales ?. ¿ Qué estrategias de ingeniería cultural se deben aplicar para ganar la elecciones ?. ¿ Cómo responder a través de los canales de difusión al corazón y al estómago del "México Profundo" que cada vez despierta con mayor fuerza ?. ¿ Cómo producir una verdadera esperanza que integre las demandas y las exigencias de participación milenaria de los principales grupos marginados del proyecto de desarrollo modernizador ?.**

Sin Título
Juan Rulfo

III.- ¿ QUE HACER ELECTORALMENTE ANTE EL NUEVO PAIS ?.

Frente a estos cuestionamientos podemos decir que tradicionalmente la elaboración de las campañas políticas de los candidato a la presidencia de la República y otros cargos de representación popular en nuestro país, se han caracterizado por difundir propuestas generales y difusas en sus contenidos partidistas que permanecen muy distantes de los problemas y necesidades mas apremiantes que enfrenta la población. En este sentido, los discursos políticos han quedado muy desvinculados de las demandas más sentidas de cada comunidad concreta donde se realizan los actos de proselitismo político: **la realidad ha rebasado sustantivamente la capacidad de convocatoria del discurso.**

Sin embargo, hoy vivimos otros signos de los tiempos políticos muy distintos a los de las décadas anteriores en nuestra sociedad. La actual crisis político-social

que se vive en el país, arroja desafíos muy distintos que no pueden ser resueltos con las dinámicas electorales tradicionales que se han empleado y que se han basado en la retórica, el uso abusivo de los medios de difusión, los acarrees masivos, la vinculación PRI-Gobierno para los actos de campaña, etc.

La nueva realidad político-social, especialmente después del conflicto chiapaneco y de su extensión atomizada al resto de la nación refleja uno de los despertares más importantes del "México Profundo", que exige que para que los partidos puedan obtener un apoyo popular mayoritario en las próximas elecciones presidenciales, se replante profundamente la estrategia y táctica de realización de sus campañas, a riesgo que de no efectuarse estas modificaciones se pierdan los futuros comicios electorales (21). Nuestro sistema social ya ha evidenciado una de sus diversas fracturas profundas que se construyó silenciosamente a lo largo de décadas y cuya restauración requiere la rápida introducción de otra sensibilidad política distinta a la que ha propuesto la dinámica moderna de la "Mano Invisible del Libre Mercado" que ha cundido por toda la nación y el continente. Especialmente, cuando constatamos que "la República Prista está en crisis: tres gobernadores son del PAN, el PRI perdió el control de cuando menos cuatro estados (Michoacán, San Luis Potosí, Tabasco y Chiapas), 25 % del Senado será de la oposición, 40 % de la Cámara de Diputados es de oposición, y el PAN y el PRD avanzan como la humedad en el control de la República. Y algo inusitado: Una rebelión armada en Chiapas pidió públicamente la renuncia de Salinas como presidente de la República" (22).

Hoy, se observa que después del fenómeno indígena de Chiapas el imaginario psíquico-político que sostenía los márgenes de gobernabilidad del país, se ha movido drásticamente y ahora todos los grupos sociales **tienen conciencia que pueden saltar la línea de contención que había funcionado durante las últimas dos décadas para alcanzar nuevas reivindicaciones.** Hay que recordar que simplemente en el Distrito Federal (donde se efectúan 4 o 5 marchas al día durante todo el año) el 24 de febrero de 1994 se realizaron 102 manifestaciones de múltiples grupos sociales que pidieron el respeto al voto civil en las próximas elecciones y diversas reivindicaciones sectoriales para elevar su nivel de vida (23).

Esto significa que **la elaboración de estas nuevas campañas no pueden ser edificadas desde las viejas lógicas y prácticas electorales tradicionales que se han aplicado en el país. Su arquitectura tiene que ser levantada desde las nuevas demandas de sobrevivencia centrales que está exponiendo la sociedad y que provienen de las solicitudes urgentes de elevación de sus niveles materiales, culturales y espirituales de vida (24).**

Por consiguiente, es fundamental alejarse de las lógicas del simple discurso político convencional que se ha practicado durante años, para ahora retomar como guía de la producción de los nuevos contenidos de las campañas la solución de las principales necesidades de cada comunidad específica que se quiere despertar y ganar políticamente. En este sentido, **hay que evitar seguir reproduciendo el discurso político autónomo o independiente de la resolución de los grandes conflictos nacionales y regionales** [\(25\)](#).

Para ello, lo primero que requerimos es conocer cuáles son las necesidades primordiales que tiene la sociedad mexicana en este momento histórico en cada zona geográfica de su desarrollo por la que atraviesa, para derivar de éstas las urgencias de comunicación que enfrenta el país y que deben ser retomadas por los nuevos discursos políticos.

Para conocer las necesidades primordiales que encaran los distintos sectores de la población, se requiere examinar el perfil de situación global de vida que presenta cada una de las principales comunidades humanas del país. Para esto, es imprescindible considerar la presencia y articulación de un gran número de indicadores que condicionan el desarrollo de los grupos sociales, como son las tasas de crecimiento demográfico, el promedio de desempleo, la composición por sexos y edades, la superficie territorial que ocupan, la densidad de población, el promedio urbano y rural, los hábitos alimenticios, el porcentaje de población activa e inactiva, la distribución del ingreso, el nivel de alfabetismo y analfabetismo, las características de la vivienda, la tradición familiar, los sistemas de cultivos, los cuadros de salud, el peso religioso, los ciclos culturales de las comunidades, la situación ecológica, las formas de producción, las estructuras mentales, la distribución del ingreso, etc.; para definir la jerarquía de urgencias culturales que hay que abordar en los diversos núcleos de pobladores. Es decir, antes de producir los discursos propagandísticos, se requiere un conocimiento amplio del estado de desarrollo del país.

Para alcanzar este objetivo se deberá tener en cuenta como mínimo los siguientes tres criterios para construir las políticas informativas de los diversos candidatos a la presidencia de la República.

En **primer término**, se tendrá que distinguir la presencia de dos tipos de conflictos que se deben resolver: los estructurales que localizan su origen en problemáticas de existencia de largo plazo y los coyunturales que aparecen repentinamente y se desvanecen en períodos cortos de vida. Esto es, en la sociedad mexicana se viven o tejen cotidianamente dos tipos de hechos. Por una parte, aquellos que son impredecibles como son la explosión de la plataforma petrolera marina YUM-II, los terremotos de 1985, las manifestaciones

estudiantiles, la toma de embajadas por guerrilleros, los accidentes espectaculares en las carreteras, la explosión de la planta gasera de San Juan Ixhuatepec en 1984, la erupción del volcán El Chichonal en el sureste, la venta de leche contaminada por la CONASUPO en 1988, etc.

Por otro lado, aparecen aquellos otros que son repetitivos, es decir, cíclicos o recurrentes porque se reproducen cada determinado tiempo con un alto margen de coincidencia, como son las heladas todos los inviernos, la cuesta de enero a principios de año, las huelgas sindicales en enero y febrero, las deshidrataciones infantiles todos los veranos, las votaciones para diputados y senadores cada tres años y para presidente de la República cada seis años, las tareas de barbecho y siembra de la tierra dos veces al año, las enfermedades respiratorias todos los diciembres y eneros, las migraciones de las mariposas Monarcas todas las primaveras, el arribo de las ballenas a Baja California todos los noviembre, la escasez de agua todos los estiajes, el desquiciamiento vial de las ciudades en todas las épocas de lluvias, etc.

Ante los hechos impredecibles o coyunturales las campañas políticas, no tienen otra alternativa más que retomar y capitalizar a su favor lo más objetiva, oportuna y audazmente los acontecimientos espontáneos que suceden en el escenario de la vida nacional e internacional, porque sobre estos el grado de control o planificación que se puede ejercer es extremadamente reducido. Por ejemplo, poco se puede planificar constantemente sobre las campañas de difamación que ejerce el gobierno de los E.U.A. sobre nuestro país, o sobre los saqueos arqueológicos, o la presencia de los huracanes en las costas nacionales, o la caída de las heladas sobre el campo mexicano, o los levantamientos civiles, etc.

En **segundo término**, es frente a los hechos repetitivos o cíclicos que suceden en las entrañas de la sociedad mexicana que, básicamente, las campañas tienen que enfocar a mediano y largo plazo el diseño de sus políticas de contenidos partidistas, porque es sobre estas realidades que la acción partidista se puede adelantar a los acontecimientos y vincular el discurso de dirección política con los principales reclamos sociales.

Así se podría incidir con fuerza en la corrección del rumbo de desarrollo cotidiano de la vida del país. Hay que tener en cuenta que es a través de estos ciclos que la sociedad organiza de forma muy importante su racionalidad, sus emociones, su libido, sus sentimientos, su energía, sus pensamientos, su conciencia, su placer, su religiosidad, etc., todas las semanas, meses, años, trienios, sexenios, décadas, períodos, ciclos históricos y épocas de la vida nacional. Por ello, **las campañas deben vincular los contenidos de los discursos políticos con estos ciclos recurrentes de necesidades sociales para**

aportar las respuestas estratégicas que generen las actitudes y comportamientos colectivos de apoyo popular a su propuesta electoral.

Por ejemplo, es necesario planificar los contenidos políticos que se deben producir y difundir a través de los discursos políticos ante las inversiones térmicas pues todos los años aparecen en el Valle de México y otras zonas metropolitanas. Ante la falta de agua pues se repite todas las épocas de estiaje, especialmente, en las ciudades. Ante el pago de servicios de impuestos, prediales, canje de placas, que todos los años se dan. Ante el arribo de las tortugas marinas a playas mexicanas todas las primaveras. Ante la presencia de padecimientos pulmonares todos los períodos de frío. Ante el desempleo muy marcado al principio de todos los años. Ante las protestas civiles de la población. Ante los incendios forestales que se repiten cada temporada de sequía, etc.

Dentro del universo de problemas estructurales que debe abordar el discurso político de campaña figuran, entre otras, las siguientes 32 realidades nacionales con las que debe de iniciarse esta nueva propuesta cultural para reorganizar el espíritu y la energía nacional alrededor de la superación de nuestros conflictos de desarrollo:

- 1.- La distribución del ingreso.
- 2.- El pago de la deuda.
- 3.- La carestía.
- 4.- El combate a la inflación.
- 5.- El estancamiento del campo.
- 6.- La producción de alimentos.
- 7.- El desempleo.
- 8.- La desnutrición.
- 9.- La contaminación.
- 10.- La planificación de la natalidad.
- 11.- La superación educativa de la población.
- 12.- La concentración urbana.
- 13.- El déficit de vivienda.
- 14.- El uso racional de los recursos energéticos.
- 15.- La crisis de abastecimiento de agua.
- 16.- La reconversión industrial.
- 17.- La corrupción.
- 18.- La evasión fiscal.
- 19.- Los accidentes del trabajo.
- 20.- La situación de los ancianos.
- 21.- La defensa del idioma.

- 22.- La destrucción del patrimonio histórico.
- 23.- El incremento de la violencia.
- 24.- El horizonte de la salud.
- 25.- El alcoholismo.
- 26.- La situación de los indígenas.
- 27.- El marginamiento de la niñez.
- 28.- La desatención de la juventud.
- 29.- La situación de la mujer.
- 30.- La destrucción ecológica.
- 31.- El incremento de la productividad.
- 32.- La apertura comercial.

Cada una de estas realidades debe ser analizada en su perspectiva histórica, su fase actual, sus causas, sus consecuencias, las soluciones respectivas y las propuestas de acción comunicativa factibles de proponer para contribuir a resolverlas.

A su vez, dentro del abanico de períodos en los cuales se organizan y reproducen estos problemas, debemos distinguir, entre otros, los siguientes once ciclos de conflictos nacionales que deben abordar las campañas para adelantarse a los sucesos y reorganizar al país en base a otro proyecto de desarrollo:

- A.- Ciclo de necesidades sociales.
- B.- Ciclo agrícola.
- C.- Ciclo de la salud.
- D.- Ciclo de la naturaleza.
- E.- Ciclo laboral.
- F.- Ciclo económico.
- G.- Ciclo político.
- H.- Ciclo educativo.
- I.- Ciclo civil.
- J.- Ciclo de servicios.
- K.- Ciclo de vida de los animales.

Cada ciclo debe precisar como mínimo el año, día y mes en que sucede cada hecho, el evento y período en que se efectúa, las características del fenómeno, las causas que lo originan, los efectos que produce sobre la población, las soluciones pertinentes para atenuarlo, las propuestas culturales para desarrollarse a través de la campaña política y los efectos de cambio ideológico y afectivo que produce sobre la población.

En **tercer lugar**, por cuestiones estratégicas de avance más acelerado en la realización de este proyecto, hay que considerar que dentro de todo el conjunto

de problemas estructurales que existen al interior de la sociedad mexicana, las campañas deben abordar con mayor rapidez y profundidad aquellos que son solicitados destacadamente por la sociedad civil. De esta forma, dentro del universo de contradicciones graves que existen en el seno de la comunidad nacional se deberán retomar principalmente aquellas demandas expuestas por los grupos sociales organizados, pues son éstas preocupaciones las que ya cuentan con un público cautivo y a la vez dirigente del conjunto social que clama por su solución; y que en consecuencia, encontrarán mayor apoyo ciudadano para su resolución a corto y mediano plazo.

Por lo tanto, las directrices de las políticas de contenidos políticos deben provenir del examen sistemático que los científicos sociales (antropólogos, sociólogos, políticos, comunicólogos, trabajadores sociales, economistas, pedagogos, nutriólogos, urbanistas, médicos, psicólogos, planificadores, etc.) realicen sobre las necesidades centrales de los auditorios políticos. Ello quiere decir, que los contenidos de la propuesta política deben surgir del análisis, la reflexión y la discusión de los requerimientos objetivos que encara la vida de los distintos públicos del país y no del discurso autónomo o independiente de los principales conflictos de crecimiento nacional.

Esto significa, que en **la elaboración de las campañas políticas hay que elevar a rango de prioridad estratégica el trabajo de investigación social sobre las necesidades de crecimiento material, cultural y espiritual de las principales comunidades y regiones de la República, para convertirlo en el criterio guía desde el cual se construyan sus políticas de principios y difusión partidistas. Hay que evitar así, seguir fomentando la elaboración de torrentes informativos electorales desde las directrices de la retórica, el planteamiento general, el discurso publicitario, el dato anecdótico, etc. pues los tiempos actuales son de dura lucha de credibilidad política y cada vez serán más en los próximos meses.** Por consiguiente, la vanguardia y el éxito de los diversos proyectos de campaña se logrará en la medida en que las dinámicas de discursos partan del descubrimiento y la resolución de las grandes problemáticas de superación social y humana de la población mexicana, a través del ejercicio de la investigación; y no de otras estrategias mercadológicas tradicionales para elaborar las campañas de propaganda partidista.

Creemos que sólo puede surgir un nuevo modelo de dirección política para los nuevos tiempos de transición del país si se parte de una profunda relación orgánica entre el discurso político de los partidos y las prioridades de desarrollo de cada región; situación que será aportada por la investigación, la participación civil organizada y una nueva voluntad política de la sociedad mexicana para crecer.

Notas al pie:

(1) Juan Somavia, La Comunicación y el Modelo Transnacional de Desarrollo, Revista Nueva Sociedad No. 30, septiembre - octubre de 1978, Caracas, Venezuela, página 33. Acerca del grado de comprensión teórica y metodológica de este fenómeno, es importante reconocer que los esfuerzos conceptuales realizados hasta ahora por los enfoques críticos de la comunicación, son insuficientes para aclarar esta realidad. Esta última evoluciona infinitamente más rápido que la reflexión que se construye alrededor de ella. Basta pensar que "aún cuando seguimos usando las palabras "información" y "comunicación", éstas se aplican a fenómenos sociales radicalmente diferentes de aquellos que se describían con estos mismos términos en la década del 40". Estamos encasillados dentro de un lenguaje que es incapaz de reflejar su significado global y total actual. Basta pensar que tanto la paloma de Rewters como el último satélite de comunicaciones se llama igualmente "información" pero sus efectos sociales son sustancialmente distintos. La Comunicación y el Modelo Transnacional, Ibid. página 33 a 34.

Javier Esteinou Madrid, Medios de Comunicación y Desplazamiento Educativo, Revista del CONAFE No. 3, Subdirección de Comunicación Social, Consejo Nacional del Fomento Educativo, México D.F., julio - septiembre de 1991, páginas 4 a 12; Comunicación, Hegemonía y Transformación del Estado Capitalista, Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas No. 16 y 17, Programa Culturas, Centro Universitario de Investigaciones Sociales (CUIS), Universidad de Colima, Colima, México, 1993.

[Regreso.](#)

(2) Dentro de la actual trayectoria de evolución mundial que lleva la tecnología electrónica en el presente y que se continuará sosteniendo en el futuro, destacan las siguientes cuatro líneas de innovaciones tecnológicas:

a.- Innovaciones relacionadas con las computadoras: I) telecomputadoras, II) microfichas, III) material de registro y localización de la información, IV) computadoras electrónicas, que van desde las calculadoras de gran velocidad a los sistemas de información complejos, y V) video-informática (videotextos: Ceefax y Antiope).

b.- Innovaciones en materia de grabación de la información: I) magnetófonos, II) cámaras de video portátiles, que permiten grabar sonidos e imágenes, (magnetoscopios de 1/2 pulgada que cumplen las normas y que tienen la calidad de la radiodifusión normal), y gracias a las cuales el público puede dominar la televisión, en vez de ser un simple sujeto de ella, y que liberan al material video de las limitaciones propias de un estudio.

c.- Innovaciones en materia de transmisión de la información: I) tecnología numérica aplicada al sonido y a la televisión numérica; II) estereofonía grabada y difundida por la radio; III) satélites de comunicación en órbita ecuatorial, que enlazan los continentes mediante la imagen y el sonido (visiófono, video conferencias); IV) nuevos cables, múltiples y coaxiales, de gran capacidad, que multiplican los canales transoceánicos utilizables para el teléfono y las informaciones cifradas; V) fibras o tubos de luz, que permiten transmitir una cantidad prodigiosa de información, millones de señales fónicas o miles de señales de televisión, por ejemplo); VI) transmisión de sonidos y de imágenes por micro-ondas; VII) máseres; VIII) láseres (que ofrecen una nueva gama de dispositivos técnicos, por ejemplo para las operaciones quirúrgicas delicadas (en particular, en oftalmología), instrumentos industriales que abren nuevas posibilidades prácticamente ilimitadas; y IX) radiotelegrafía y radiotelefonía que, al utilizar el espectro de frecuencia de radio, proporcionan servicios muy diversos y que rebasan ya hoy la ionósfera y llegan al espacio extra atmosférico.

d.- Innovaciones en materia de restitución y reproducción de la información: I) offset fotográfico; II) procedimientos químicos de reproducción de documentos, videodiscos; III) consolas de video para la corrección de copias y pruebas; IV) holografías; V) telescopía de periódicos y revistas por teléfono y por satélites; VI) relojes numéricos o de cristales líquidos, y adaptadores electrónicos para nuevas modalidades de utilización de las pantallas de televisión; VII) electrónica gráfica, que combina la computadora con las técnicas de la imprenta y que pueden revolucionar la producción de periódicos, revistas y libros, al multiplicar la rapidez y reducir los costos de reproducción en negro y blanco y en color; VIII) máquinas de impresión de gran velocidad, que reproducen también la fotografía y los colores; IX) telemecanografía; X) material telefotográfico y XI) receptores de fotos electrostáticos.

[Regreso.](#)

(3) Es importante advertir que debido a la explosión tecnológica de los medios de comunicación, el paisaje cultural de las sociedades tradicionales ha cambiado drásticamente. Dentro de estas modificaciones, uno de los principales problemas que han surgido, es la reducción de la comunicación personal por la interferencia de los canales electrónicos en los espacios íntimos del encuentro de parejas,

familiar y grupal. Para ampliar esto consultar, Informe Provisional sobre los Problemas de la Comunicación en la Sociedad Moderna, obra cit., página 26 a 27; y Un Sólo Mundo. Voces Múltiples: Comunicación e Información en Nuestro Tiempo, obra cit., página 91 a 92, 105 a 109 y 146 a 148.

[Regreso.](#)

(4) Una concepción intuitiva e instrumental, pero también idealista sobre la forma como la sociedad se modifica con la presencia de las tecnologías informativas, la encontramos de manera embrionaria en el pensamiento de Marshall Mc Luhan, Consultar La Comprensión de los Medios como las Extensiones del Hombre, Editorial Diana, S.A., México D.F., 1979. Una Crítica moderada al pensamiento de Mc Luhan puede consultarse en Gianpiero Gauraleri, La Galaxia de Mc Luhan, Editorial ATE, España, 1981.

Para un panorama general sobre la línea de evolución que han seguido las tecnologías de información desde el telégrafo en 1840 hasta la comercialización de los cristales de silicio, consultar Un Sólo Mundo. Voces Múltiples Comunicación e Información en Nuestro Tiempo, obra cit., página 31 a 36.

[Regreso.](#)

(5) Consultar muestra trabajo El Estudio Materialista de la Comunicación de Masas, Cuadernos del TICOM No. 1, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México D.F., marzo 1979.

[Regreso.](#)

(6) Debemos recordar que "con el fin de conservar el equilibrio que requiere el imperio del capital, los dirigentes criollos o foráneos, a través de sus acciones directas o mediante la intervención del Estado que los representa, se ven permanentemente obligados a dominar y a organizar alrededor de su proyecto histórico, al sistema global de comunicación e información, y muy en particular, a los medios de difusión colectiva. De éstos últimos, prioritariamente monopoliza a los de tecnología más avanzada, puesto que son los que les ofrecen mayor poder de creación de consenso y de subordinación colectiva". Consultar nuestro trabajo, El Condicionamiento Social de los Medios de Comunicación de Masas, en Seminario de Comunicación Social, Serie Ensayos No. 10, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, México D.F., 1983, página 19 a 20.

[Regreso.](#)

(7) Pensamos que es debido a este tipo de inserción altamente orgánica que han alcanzado los medios de comunicación dentro del Estado y el funcionamiento estructural de la sociedad, que es muy difícil su transformación profunda. Los

intentos frustrados más recientes que pretendían modificar la estructura global de los medios de comunicación, los encontramos en el proyecto RETELVE de Venezuela en 1977 y en los proyectos de Derecho a la Información en 1981 y de Democratización de la Comunicación en 1983 en México. Para ampliar este último, consultar de Javier Solórzano Zinser, Comunicación Social y Voluntad Política, El Día, 18 de junio de 1983.

[Regreso.](#)

(8) El concepto del Estado Ampliado es una categoría analítica totalmente abandonada por la reflexión crítica de la comunicación europea y latinoamericana. La única disciplina que la ha retomado y desarrollado ha sido la Ciencia Política a través de la teoría de los aparatos de hegemonía, representada, especialmente, por los brillantes trabajos de Christine Buci-Glucksmann.

Nuestro esfuerzo consiste en recuperar dicho arsenal teórico olvidado para enriquecerlo y expandirlo con las aportaciones que ha ofrecido la evolución material de los medios de comunicación y de las tecnologías de información sobre la trama de los aparatos de hegemonía tradicionales. Estamos convencidos que esta matriz teórica es una de las principales vetas y directrices conceptuales que nos permiten comprender las funciones y transformaciones que ejercen las tecnologías de comunicación dentro del actual ámbito del poder.

[Regreso.](#)

(9) Para profundizar en éste punto consultar de Mabel Piccini, Sobre la Producción Discursiva, la Comunicación y las Ideologías, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, versión mimeografiada, México D.F., agosto de 1981, página 24 a 26.

[Regreso.](#)

(10) Dispuesto Diego Fernández de Cevallos a pagar el debate de candidatos por televisión, El Financiero, 2 de marzo de 1994.

Sobre dicho aspecto el candidato del PAN a la presidencia de la República, Diego Fernández de Cevallos, señala que "si es que nos quieren cobrar los dueños de las estaciones por un debate televisivo, lo vamos a pagar. Sin embargo, este debería de ser una de las prestaciones, una de las aportaciones una de las responsabilidades de los medios de comunicación" Ibid.

[Regreso.](#)

(11) Resistirá cualquier evaluación el Padrón Electoral, Excelsior, 7 de marzo de 1994.

Dentro de este proceso de perfeccionamiento electoral se ha recurrido a la destrucción de las credenciales que no fueron recibidas por los empadronados en los tiempos convenidos. Así, por ejemplo, solamente en el Estado de Guanajuato fueron destruidas 230,062 formatos de credenciales de personas que durante 1991 y 1992 no recogieron y posteriormente fueron cubiertas con una mezcla de concreto armado y sepultadas en dos fosas selladas ante la presencia de un notario público. Destruídas 230,062 credenciales electorales en Guanajuato: RFE, Excelsior, 21 de febrero de 1994.

[Regreso.](#)

(12) En 1994 la etapa más limpia de toda la historia del país, Excelsior, 2 de marzo de 1994.

[Regreso.](#)

(13) Ningún voto al margen de la ley, El Día, 9 de diciembre de 1994; Ni necesito ni quiero votos al margen de la Ley: Colosio, Excelsior, 9 de diciembre de 1994.

[Regreso.](#)

(14) Aceptaría CSG observadores extranjeros, según Reuter, El Financiero, 2 de marzo de 1994; Observadores extranjeros sin posibilidad de enjuiciar: Fidel, Excelsior, 7 de marzo de 1994; Luz Verde a observadores extranjeros, El Financiero, 7 de marzo de 1994; Dispuesta la IP a aportar observadores electorales: CCE, Excelsior, 10 de diciembre de 1994.

[Regreso.](#)

(15) "Muy posible" el período extra: María de los Angeles Moreno, El Financiero,, 2 de marzo de 1994; Nuevo debate cameral, pero aún sin acuerdo sobre el período extra, El Financiero,, 3 de marzo de 1994; Indicios serios de que puede haber Reforma Electoral, afirma Cárdenas, El Financiero, 3 de marzo de 1994; Escaramuza discursiva entre los legisladores, Excelsior, 3 de marzo de 1994.

[Regreso.](#)

(16) Aún le falta mucho por recorrer a la "Democracia Imperfecta", El Financiero, 2 de marzo de 1994.

[Regreso.](#)

(17) Respuesta al EZLN: Garantía de imparcialidad electoral, Excelsior, 3 de marzo de 1994.

[Regreso.](#)

(18) Una "Nueva Era de Civilidad Democrática", demanda la Iniciativa Privada, Excelsior, 4 de marzo de 1994.

[Regreso.](#)

(19) La pérdida confianza electoral nos aleja más de la democracia: CEM, Excelsior, 25 de febrero de 1994.

[Regreso.](#)

(20) El costo máximo del PRI no rebasará los N\$ 135 millones: OEV, Excelsior, 7 de marzo de 1994.

[Regreso.](#)

(21) Quizá vive el PRI su último sexenio: Florencio Salazar, El Financiero, 23 de febrero de 1994; Así Vamos...¿ Hacia una crisis ?, Excelsior, 26 de febrero de 1994; Caída de los mitos mexicanos, Excelsior, 27 de febrero de 1994; Reestructuración del PRI, sin promesas no cumplidas ni mentiras, Excelsior, 2 de marzo de 1994; De verdad señores las cosas han empezado a cambiar, El Financiero, 4 de marzo de 1994; Indicador Político, El Financiero, 3 de marzo de 1994.

[Regreso.](#)

(22) Indicador Político, El Financiero, 4 de marzo de 1994.

[Regreso.](#)

(23) Indicador Político, El Financiero, 4 de marzo de 1994.

[Regreso.](#)

(24) 100 marchas por la democracia, Excelsior, 24 de febrero de 1994; Limitación a excesos de manifestantes, plantea Aguilera Gómez, Excelsior, 25 de febrero de 1994.

[Regreso.](#)

(25) Campañas de altura para recuperar la credibilidad: Cecilia Soto, Excelsior, 25 de febrero de 1994.

[Regreso.](#)

Documentación Consultada:

- Aceptaría CSG observadores extranjeros, según Reuter, El Financiero, 2 de marzo de 1994.

- Así Vamos...¿ Hacia una crisis ?, Excelsior, 26 de febrero de 1994.
- Aún le falta mucho por recorrer a la "Democracia Imperfecta", El Financiero, 2 de marzo de 1994.
- Caída de los mitos mexicanos, Excelsior, 27 de febrero de 1994.
- Campañas de altura para recuperar la credibilidad: Cecilia Soto, Excelsior, 25 de febrero de 1994.
- De verdad señores las cosas han empezado a cambiar, El Financiero, 4 de marzo de 1994.
- Destruídas 230,062 credenciales electorales en Guanajuato: RFE, Excelsior, 21 de febrero de 1994.
- Dispuesta la IP a aportar observadores electorales: CCE, Excelsior, 10 de diciembre de 1994.
- Dispuesto Diego Fernández de Cevallos a pagar el debate de candidatos por televisión, El Financiero, 2 de marzo de 1994.
- El costo máximo del PRI no rebasará los N\$ 135 millones: OEV, Excelsior, 7 de marzo de 1994.
- En 1994 la etapa más limpia de toda la historia del país, Excelsior, 2 de marzo de 1994.
- Escaramuza discursiva entre los legisladores, Excelsior, 3 de marzo de 1994.
- Esteinou Madrid, Javier, Comunicación, Hegemonía y Transformación del Estado Capitalista, Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas No. 16 y 17, Programa Culturas, Centro Universitario de Investigaciones Sociales (CUIS), Universidad de Colima, Colima, México, 1993.
- Esteinou Madrid, Javier, El Condicionamiento Social de los Medios de Comunicación de Masas, en Seminario de Comunicación Social, Serie Ensayos No. 10, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, México D.F., 1983.
- Esteinou Madrid, Javier, El Estudio Materialista de la Comunicación de Masas, Cuadernos del TICOM No. 1, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México D.F., marzo 1979.

- Esteinou Madrid, Javier, Medios de Comunicación y Desplazamiento Educativo, Revista del CONAFE No. 3, Subdirección de Comunicación Social, Consejo Nacional del Fomento Educativo, México D.F., julio - septiembre de 1991.
- Gauraleri, Gianpiero; La Galaxia de Mc Luhan, Editorial ATE, España, 1981.
- Indicador Político, El Financiero, 3 de marzo de 1994.
- Indicador Político, El Financiero, 4 de marzo de 1994.
- Indicador Político, El Financiero, 4 de marzo de 1994.
- Indicios serios de que puede haber Reforma Electoral, afirma Cárdenas, El Financiero, 3 de marzo de 1994.
- La pérdida confianza electoral nos aleja más de la democracia: CEM, Excelsior, 25 de febrero de 1994.
- Limitación a excesos de manifestantes, plantea Aguilera Gómez, Excelsior, 25 de febrero de 1994.
- Luz Verde a observadores extranjeros, El Financiero, 7 de marzo de 1994.
- Mc Luhan, Marshall; La Comprensión de los Medios como las Extensiones del Hombre, Editorial Diana, S.A., México D.F., 1979.
- "Muy posible" el período extra: María de los Angeles Moreno, El Financiero, 2 de marzo de 1994.
- Ningún voto al margen de la ley, El Día, 9 de diciembre de 1994; Ni necesito ni quiero votos al margen de la Ley: Colosio, Excelsior, 9 de diciembre de 1994.
- Nuevo debate cameral, pero aún sin acuerdo sobre el período extra, El Financiero, 3 de marzo de 1994.
- Observadores extranjeros sin posibilidad de enjuiciar: Fidel, Excelsior, 7 de marzo de 1994.
- Piccini, Mabel; Sobre la Producción Discursiva, la Comunicación y las Ideologías, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, versión mimeografiada, México D.F., agosto de 1981.

- Quizá vive el PRI su último sexenio: Florencio Salazar, El Financiero, 23 de febrero de 1994.
- Resistirá cualquier evaluación el Padrón Electoral, Excelsior, 7 de marzo de 1994.
- Respuesta al EZLN: Garantía de imparcialidad electoral, Excelsior, 3 de marzo de 1994.
- Reestructuración del PRI, sin promesas no cumplidas ni mentiras, Excelsior, 2 de marzo de 1994.
- Solórzano Zinser, Javier; Comunicación Social y Voluntad Política, El Día, 18 de junio de 1983.
- Somavia, Juan; La Comunicación y el Modelo Transnacional de Desarrollo, Revista Nueva Sociedad No. 30, septiembre - octubre de 1978, Caracas, Venezuela.
- Una "Nueva Era de Civilidad Democrática", demanda la Iniciativa Privada, Excelsior, 4 de marzo de 1994.
- 100 marchas por la democracia, Excelsior, 24 de febrero de 1994.