

# RAZÓN Y PALABRA

Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Tópicos de Comunicación

[Sobre la Revista](#)

[Contribuciones](#)

[Directorio](#)

[Buzón](#)

[Búsqueda](#)

## "La transición democrática en los medios de comunicación y sus efectos"

Octubre -Noviembre 2001

**Número 23**

**Coordinación: Issa Luna Pla**

### *Introducción de la coordinadora*

En el presente número de la revista Razón y Palabra, tengo el propósito de presentar, desde diferentes puntos de vista, algunos de los nuevos dilemas o paradigmas que los cambios sociales, políticos, tecnológicos y económicos han introducido al estudio de los medios de comunicación.

---

### **La recuperación del espacio público** **Benjamín Fernández B.**

El vertiginoso avance en las comunicaciones en el último siglo nos ha traído ciudadanos más informados de lo particular pero notablemente ansiosos y confusos a la hora de procesar esa información para el beneficio colectivo.

---

### **Retórica constitucional del derecho a la información en México**

**Gerardo Albarrán de Alba**

Pocos derechos fundamentales podrían asociarse hoy de manera tan natural al desarrollo armónico de las sociedades como el derecho a la información, no sólo recogido implícitamente por los ordenamientos...

---

**Prensa y poder político en México**  
**Rossana Fuentes-Berain**

¿Cierto es que en el mundo, los políticos no tienen un particular aprecio por los periodistas y por la prensa. En México, caso del que nos ocuparemos en este trabajo, Vicente Fox los ha llamado el "círculo rojo" ó "los contreras", mientras que Rosario Robles se ha referido a reporteros...

**The transformation of international broadcasting**

**Monroe Price**

If there is a foreign policy of media space, then international broadcasting has been a traditional way to implement or fulfill it. International broadcasting is the elegant term for a complex combination of state-sponsored news, information, and what was once with pride called "propaganda"

**Medios de comunicación y democracia**

**Issa Luna Pla**

Existen varias razones para pensar que las nuevas formas de producción, la tecnología y la liberalización de los mercados ha cambiado de manera acelerada y radical la concepción de los medios de comunicación en las sociedades democráticas.

**World Bank and the enabling environment**

**Bethany Davis Noll**

Independent media catalyze and reflect economic and political development. Over the last 15 years, policy and decision makers, humanitarian organizations, and foundations have begun to focus on the link between media and good governance...

---

## ARTÍCULOS VARIA

---

**Periodismo de investigación en El Salvador, amarrado por las presiones y los temores**

**Mario Alfredo Cantarero**

Así como la práctica periodística en los medios de comunicación es fundamental para el desarrollo de la sociedad salvadoreña, y la docencia universitaria, necesaria para la formación de profesionales, la investigación científica se constituye en una dimensión sustancial en el campo profesional del periodismo.

**La comunicación informal en la organización, otra mirada desde la intersubjetividad**

**Olga Suárez y Claudia Ruíz**

Con base en elementos de la teoría general de sistemas, de la comunicación organizacional y de la intersubjetividad, entendida como la posibilidad de construcción de sentido y de dinamización de procesos de interacción entre los individuos y los grupos.

**Lugares, banderas e Hinchas**

**Alberto Ferreyra**

Jesús Martín Barbero sostiene que "pertenecer a un barrio significa para las clases populares la inserción en un ámbito donde se es reconocido en cualquier circunstancia" (1989: 47). En la Argentina de los primeros días del siglo 21, el empleo temporario y los dos dígitos de desocupación siguen pisando firme.

---

## Reyno hundido

### **Jaime Barrios Carrillo**

¿Cómo leer las horas perdidas? ¡Cuánta sabiduría en las estelas! Silenciosas manecillas de piedra. Debajo de la escalinata de Santo Tomás Chuilá, escribe Dante Liano, sobrevive la pirámide. Para ver hay que creerlo. Como toda resurrección. Una historia doble y escondida.

## La alergia teórica del publicista

### **Alfredo Troncoso**

Con algunas notables excepciones, la de Eulalio Ferrer en primer lugar, los publicistas de nuestro país escriben poco sobre comunicación y, por regla general, mantienen escasos vínculos con el mundo académico.

---

## De la realidad profesional a la realidad a secas

### **Daniel Murillo**

Las escuelas profesionales de comunicación en México ofrecen programas de estudio que se dividen, por lo general, en dos grandes rubros: el teórico y el práctico. Sin embargo, la realidad profesional del comunicador...

## Hacia la ciudadanía de los medios de comunicación en México

### **Javier Esteinou Madrid**

Con el surgimiento de los medios de información y las nuevas capacidades tecnológico-materiales que han conquistado en México a lo largo del siglo XX, como son su amplia cobertura informativa, su gran penetración mental...

---

## Algo sobre la historia de las palabrotas

### **Margarita Espionsa Meneses**

Austin señala que al hablar no nada más decimos, sino que también hacemos cosas, tales como prometer, informar, preguntar, ordenar, etcétera. Una de esas "cosas" que también hacemos al hablar es insultar.

## La moda en la lengua

### **Tamara Guillemot de Stone**

México es culturalmente un país mestizo y su estilo de vida está latente en toda la nación. Lo mexicano está ubicado en el mundo de la cultura y se enfoca con la religión Guadalupana, las costumbres y la lengua.

---

## Nueva agenda para estudiar comunicación

### **Luis Alfonso Guadarrama**

Las escuelas de comunicación en México tienen una serie de desafíos para tratar de conciliar la formación académica con las exigencias que presenta el entorno laboral. No ha sido fácil dicha tarea, por varias razones.

## Docencia, investigación, experimentación

### **Mariano Cebrián**

Se cumplen treinta años en España desde que los estudios sobre comunicación entraron en la Universidad procedentes de las Escuelas Oficiales de Periodismo, Cine, Radio y Televisión y Publicidad orientadas a la transmisión de conocimientos y habilidades profesionales.

---

# SECCIONES

---

---

## **Ciudad en movimiento**

### **Sandra Ramírez**

Vestida de andrajos, aniquilada por la desesperación de salir de un vacío pantanoso sin fin. Salpicada por la degradación, cruel y rebelde.

## **Selección de cuentos cortos**

### **Alberto Ferreyra**

#### **Es preferible esperar**

A las 19.58 llegó a la parada. Tenía que estar a las 20. No debía tomar un colectivo. Lo suyo era jugar un partido de pool.

Había acordado con Graciela encontrarse allí pues a ninguno de los dos le gustaba esperar allí donde *el que está solo cree que los demás lo imaginan víctima de un plantón.*

© Derechos Reservados 1996- 2001

**Razón y Palabra** es una publicación electrónica editada por el Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México.

# RAZÓN Y PALABRA

Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Tópicos de Comunicación

[Sobre la Revista](#)

[Contribuciones](#)

[Directorio](#)

[Buzón](#)

[Búsqueda](#)

## Hacia la ciudadanía de los medios de comunicación en México

Número Actual

**Octubre - Noviembre 2001**

Por [Javier Esteinou Madrid](#)

Número 23

### **I.- LOS MEDIOS DE INFORMACION COLECTIVOS COMO CENTRO DEL PODER CONTEMPORANEO.**

Con el surgimiento de los medios de información y las nuevas capacidades tecnológico-materiales que han conquistado en México a lo largo del siglo XX, como son su amplia cobertura informativa, su gran penetración mental, su rápida capacidad de difusión, su enorme versatilidad semiótica, su gran perfeccionamiento tecnológico, etc; estos se han convertido en el centro del poder contemporáneo de nuestra nación. En este sentido, de haber sido instrumentos de difusión relevantes en 1920 en México y de convertirse en el cuarto poder político a partir de 1960 como corresponsales del poder, en la década de los años 90s. se han transformado en el vértice del poder actual. Es decir, ya no solo son instituciones importantes o el cuarto poder, sino que ahora son el Primer Poder que existe en nuestra sociedad.

Así, las ágiles potencialidades avanzadas de las nuevas tecnologías de información para producir, difundir e internalizar datos y sentidos sobre nuestras conciencias, han modificado las reglas y dinámicas tradicionales con las que nuestra sociedad antaño se articulaba, organizaba y participaba colectivamente. Con ello, se ha producido un profundo cambio en la jerarquía de poderes que conforman el esqueleto del poder y de la movilización cotidiana de nuestra sociedad donde los medios de información ahora son el centro del poder.

Este creciente poder de los medios sobre la sociedad y los individuos ha creado, cada vez mas, una sociedad mediática que ha producido una nueva atmósfera cultural

colectiva de naturaleza comunicósfera que ha ocasionado que el conjunto de las principales instituciones de gobernabilidad ahora funcionen a distancia por intermediación de los canales de información, especialmente electrónicos. La expansión de esta realidad mediática ha modificado la estructura y frontera del Estado mexicano y de la cultura nacional creando una nuevo tejido en la esfera del poder que ha dado origen al Estado Mexicano Ampliado. Así, observamos el surgimiento de la tele administración pública, el tele deporte, la telepolítica, la tele banca, la tele oración, la tele medicina, la tele venta, la telediversión, la radio asistencia psíquico-emocional, la radio orientación vial, la radio iglesia, la radio orientación sexual, etc.

Con ello, el funcionamiento los medios ha atravesado la operación práctica de todas las instituciones sociales básicas para la dirección del país, al grado que ha substituido en algunos períodos o reubicado en otros a los órganos de administración social mas débiles o que están en crisis de funcionamiento y legitimación. Por ejemplo, ante la baja de credibilidad de la población en los partidos políticos, las órganos públicos y la iglesia, la capacidad persuasiva y seductora de los medios han construido nuevas credibilidades y hegemonías basadas en estrategias de mercado a partir del raiting.

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

Así, a diferencia de los siglos anteriores, con la revolución informática las nuevas características con que los medios de información han transformado los procesos para producir, difundir e inculcar la información han convertido al siglo XX en un siglo corto, pues se han reducido los tiempos de conocimiento de la realidad y las distancias de interacción entre los hombres.

De esta forma, derivado de lo anterior se puede afirmar que en la actualidad, no existen vehículos más eficaces para transmitir la información colectiva a la sociedad que la radio y la televisión. Estos medios, de suyo neutrales como tecnologías, transportan los mensajes fundamentales que moldean la personalidad de los mexicanos. Así, las aspiraciones del pueblo, los anhelos del país que queremos ser y la visión del mundo y de la vida, se construyen en la nación lenta, cotidiana y eficazmente a través del contenido de la programación de los sistemas de comunicación colectivos.

Por lo tanto, ya no ha sido el discurso político ni la acción de los representantes populares y ni siquiera la prensa tradicional lo que ha permitido a los mexicanos tener una visión cotidiana de si mismos y del futuro de nuestra nación. En la actualidad, son las redes de televisoras y radiodifusoras, quienes acceden permanentemente a la mente de los mexicanos y les informan o les deseducan sobre la conducta a seguir en la sociedad contemporánea que nos corresponde vivir ([1](#)).

En este sentido, podemos decir que en el espacio de relación simbólica que permanentemente producen los aparatos cotidianos de comunicación entre emisores y colectividades, es donde diariamente se construye o destruye mental y afectivamente al Estado y a la sociedad mexicana. Por consiguiente, podemos afirmar que en la

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

De esta forma, la construcción o desconstrucción de la realidad masiva cotidiana, es decir, de lo que existe o no existe, de lo que es bueno o es malo, de lo que hay que recordar o hay que olvidar, de lo que es importante o no, de lo que es verdad o es mentira, de lo que son valores o antivalores, de lo que es la opinión pública o de lo que no es, de lo que es virtuoso o no, de lo que hay que hablar o hay que silenciar, etc, se elabora, cada vez más, especialmente en las grandes ciudades, desde los medios colectivos de difusión. Así, el peso de los canales de información masiva es tan acentuado sobre la conformación mental de la sociedad que podemos decir que la realidad no son los medios de información, pero los medios contribuyen sustancialmente a construir la realidad central que reconoce la mayoría de la población. No son la política, pero hoy día no se puede hacer política sin la presencia y acción persuasiva de los sistemas de información colectivos. No son el aparato jurídico, pero hoy día los medios se han convertido en los tribunales electrónicos que linchan o absuelven a las figuras públicas antes de que el Estado recurra a los procesos jurídicos constitucionales. No son los partidos políticos pero producen el mayor caudillismo electrónico que toda la capacidad proselitista directa que realizan las organizaciones políticas. No son la economía, pero ninguna economía contemporánea puede funcionar sin la cultura de consumo que producen de los medios de información vía su práctica publicitaria.

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

Como demostración del alto grado de penetración de las industrias culturales en la vida cotidiana de los mexicanos, constatamos, por ejemplo, que en 1998 existen en la República Mexicana 595 estaciones de televisión divididas entre canales nacionales, repetidoras, televisoras locales, y televisoras de los gobiernos estatales. En cuanto a la radio existen 1,332 emisoras en el país, divididas en 875 estaciones en A.M. y 479 en F.M. En cuanto a los sistemas de satélites se cuenta con el complejo de satélites Morelos II, Solidaridad I y Solidaridad II que cubren todo el territorio mexicano y otras partes del continente americano (El sistema de satélites Morelos I ya terminó de operar con vida útil). En cuanto a los medios escritos México cuenta con 400 periódicos de circulación local y 192 revistas, la mayoría de circulación nacional y de periodicidad variable. En cuanto a las agencias de información existen 59 agencias de noticias, de las cuales 14 son nacionales y 45 internacionales, con 64 corresponsales extranjeros, 57 de periódicos y 7 de revistas (2).

La proliferación de esta gran infraestructura informativa en el país ha contribuido a modificar sustancialmente los hábitos culturales de la vida cotidiana de los mexicanos. Así, observamos, por ejemplo, que al final del siglo XX los mexicanos son los habitantes que más ven televisión en todo el continente americano, con un promedio diario superior a las 4 horas (3). De aquí, que al final del milenio la población mexicana sea haya transformado de una cultura de lectores a una cultura de televidentes, de lo cual se deriva un peso muy sustantivo de los medios audiovisuales en la formación de sus gustos, actitudes, opiniones, conductas, mentalidades y visiones de la vida, en una idea, de la formación y operación de sus cerebralidades.

Esta asombrosa expansión tecnológico material de los medios de información ha creado a finales del siglo XX una sociedad mexicana altamente mediatizada en sus procesos colectivos de interacción masiva por las tecnologías de información. De aquí, la importancia central de efectuar una profunda Reforma del Estado en materia de comunicación y cultura colectiva que permita que el funcionamiento público de las industrias culturales se encuentre ética y responsablemente orientado y supervisado por el Estado y la sociedad civil mexicana.

## **II.- EL CONTROL DE LA PARTICIPACION SOCIAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION.**

No obstante que los medios de información se han convertido en el primer poder en México, tradicionalmente el surgimiento y aprovechamiento de éstos ha surgido calcando la estructura y dinámica, económica y política, de nuestra sociedad. Es decir, los procesos masivos de comunicación no han emergido en espacios neutros o independientes, sino que han cobrado vida vinculados a las necesidades de existencia y reproducción de nuestra sociedad capitalista en vías, primero de industrialización, y ahora de globalización.

Esta tendencia ha ocasionado, entre otros fenómenos comunicativos, que la estructura de medios de comunicación en México se encuentre altamente concentrada y centralizada. Por ejemplo, en 1994 "la monopolización de los medios masivos se expresó claramente en el hecho de que Televisa controló entre el 85 y el 90% del mercado televisivo del país, poseía tres cadenas nacionales de TV y 4 canales solo para la Cd. de Mexico. Pero Televisa, no solo tenía intereses a nivel local (en el D.F.) sino a nivel nacional e internacional, ni solo en la TV, sino también participaba en la producción y distribución internacional de programas de radio y TV, grabación de música, publicidad, periódicos, televisión por cable, producción y distribución cinematográfica y de video, etc. Por si esto fuera poco, apenas en septiembre de 1994, la Secretaria de Comunicaciones y Transportes otorgó a Televisa la concesión de 67 canales mas de TV para formar otra red nacional (con lo cual el numero de concesiones que poseía fue de 218 canales o el 42 % del total en ese año), así como la concesión para operar otros 2 canales de TV en el D.F. (los canales 46 y 52 en UHF)" (4).

Dentro de este marco histórico de concentración informativa, el margen de participación de los movimientos sociales a través de los medios de comunicación, y por lo tanto, de ejercer su Derecho a la Información, ha sido sumamente estrecho, sin llegar a ser monolítico. El margen de acción ciudadana ha oscilado en una gama de intervenciones que varían desde los canales escritos, hasta los electrónicos. Así, encontramos que las vías, a través de las cuales los movimientos sociales mexicanos han participado con mayor fuerza desde principios de siglo hasta la fecha para expresar sus intereses y demandas y aplicar su derecho a la comunicación, se concentra con mayor peso en los medios impresos y se cierra casi por completo en los canales electrónicos, particularmente, audiovisuales, creando una profunda crisis del Derecho a la Información y a la Comunicación (5).

En este sentido, la naturaleza social de los medios de comunicación desde un principio ha quedado determinada por un fuerte contexto económico y político que ha condicionado herméticamente el uso social de los mismos por otros sectores más amplios que no sean los propietarios o representantes del gran capital interno y transnacional en el país. Esta situación ha alcanzado su mayor esplendor en el caso de

la televisión mexicana, particularmente privada, pues es el medio que mas ha llegado a ser monopolizado por el poder nacional, al grado de que vía este se ha construido otro proyecto cultural contrario al proyecto de los grandes grupos que sostienen nuestra nación.

Así, observamos que no obstante que en la actualidad la sociedad mexicana ya ha llegado a alcanzar los 98 millones de habitantes, y pese a que, en última instancia, los grupos básicos que sostienen a nuestra nación son los que financian el funcionamiento de la televisión; confirmamos que la mayor parte de estos sectores básicos no tienen acceso para participar dentro de este medio de comunicación para exponer colectivamente sus necesidades e incorporarse a los procesos de gestión pública del país, vía estas tecnologías culturales. Por ello, podemos afirmar, que salvo algunas excepciones, la información televisiva que ha producido y difundido por el actual modelo de televisión privada y algunos públicos, no ha permitido la expresión de las necesidades de los grandes grupos ciudadanos a través de estos; y en consecuencia, no se ha dedicado sustantiva mente a crear conciencia sobre los principales problemas que debemos resolver para sobrevivir.

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

Los partidos políticos tampoco gozan de suficiente margen televisivo para fortalecer su participación en la sociedad, perfeccionar el sistema electoral, mantener contacto masivo con sus representados, difundir sus propuestas y posiciones partidistas. Los movimientos ecologistas, no obstante que actualmente vivimos una fase de colapso ambiental en el Valle de México y el resto del país por la profunda relación destructiva que mantenemos con la naturaleza, no cuentan con ningún espacio de las redes nacionales de televisión para difundir su labor en pro de la defensa de la vida.

Los sectores magisteriales, no obstante que sobre ellos descansa la formación del capital cerebral del país a través de la acción educativa, tampoco cuentan con espacios en los medios audiovisuales para contrarrestar la acción deformante de la cultura parasitaria que ha creado la sociedad de consumo y fortalecer con ello el proyecto educativo de la escuela nacional. Las diversas iglesias que componen el complejo espectro religioso de nuestro país, tampoco tienen ningún acceso a los medios de información, salvo los espacios que pagan en estos.

Otras células básicas como son los productores agropecuarios, los transportistas, los grupos de amas de casas, las asociaciones de padres de familia, los grupos de colonos, los estudiantes, los profesionistas, las organizaciones no gubernamentales (ONG), etc. tampoco disponen de espacios en las pantallas para plantear y discutir sus problemáticas particulares.

Los numerosos grupos indígenas fundadores desde hace milenios de nuestro territorio y cultura, todavía, hoy día, al iniciar el siglo XX, no tienen televisión, especialmente la comercial privada, continua desvinculada del análisis sistemático de los grandes obstáculos que impiden nuestro desarrollo nacional y de la

difusión constante de las posibles alternativas de solución para cada rama de nuestro crecimiento interno. Por ello, podemos decir que los medios de comunicación electrónicos, especialmente la televisión comercial, siguen funcionando como cerebro colectivo divorciado de las necesidades de nuestro cuerpo social, pues mientras tenemos profundos conflictos estructurales que tenemos que resolver para vivir, la televisión nos orienta a pensar, prioritariamente, en el triple eje cultural del consumo, los deportes y las ideologías del espectáculo; y sólo ocasionalmente nos conduce a reflexionar y sentir los problemas centrales de nuestra sociedad. En una idea, la problemática nacional no pasa sustantivamente por los canales electrónicos, particularmente privados, lo cual, ha provocado la existencia de un modelo de funcionamiento esquizofrénico entre lo que difunden e inculcan las programaciones electrónicas y las necesidades o realidades que viven cotidianamente los grupos mayoritarios de la sociedad mexicana.

De esta forma, podemos afirmar que "como en un acto de magia que se lleva a cabo ante los ojos de todos y el estupor de unos cuantos, desde hace tres décadas a la fecha, la televisión y otros medios electrónicos, continúan realizando la hazaña verdaderamente fantástica de ocultarle su país a los mexicanos" (6).

Por la herencia de todo el panorama anterior, consideramos necesario remarcar que ante el proceso de transición política que vive nuestro país, la televisión y los medios electrónicos no pueden seguir funcionando con los esquemas del Estado autoritario que duró 70 años. Hoy, los medios de comunicación, especialmente los electrónicos, nos deben facilitar dar un salto mental cualitativo de 50 años hacia delante que nos permita madurar como sociedad y construir un proyecto equilibrado y sustentable de desarrollo nacional. Por ello, la necesidad de que la televisión nacional dé respuesta ante los grandes conflictos del país, es inaplazable.

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

Por ello, el colaborar ahora desde los medios de información a descontaminar la atmósfera, a descentralizar la población nacional, a regenerar el ciclo ecológico, a fortalecer la democracia, a racionalizar el uso de los recursos no renovables, a generar un proyecto de crecimiento sustentable, a incrementar la producción de alimentos, a reducido la tasa de natalidad, a respetar la vida animal, a elevar los mínimos de bienestar social, a generar empleos para la juventud, etc., en una idea, a desarrollar la sociedad, no es romanticismo, ni mesianismo, ni voluntarismo político, sino exigencias elementales para nuestra sobrevivencia humana. Si no actuamos ahora a través de los

instituciones de comunicación colectivos transformando nuestras mentalidades para estar más conscientes de nuestros grandes problemas nacionales y de nuestras alternativas de solución como país, para el nuevo milenio heredaremos una sociedad enormemente más inhumana e inhabitable que la que ahora enfrentamos. Hoy los medios de comunicación colectivos tienen que dar salidas a la nación.

Sin embargo, pese a esta urgencia histórica, paradójicamente, hasta el momento, encontramos que en nuestra República el gobierno ha tenido suficiente voluntad política para realizar la reforma económica, la reforma moral, la reforma administrativa, la reforma fiscal, la reforma del Estado, la reforma educativa y la reforma jurídica; pero por razones inexplicables, no ha mostrado decisión pública para ejecutar, la que a nuestro juicio es la modificación más importante de todas ellas: la reforma mental del país a través de la transformación del funcionamiento de los medios electrónicos de comunicación nacionales. Esto es, no obstante que durante la década de los sesentas nuestra sociedad demandó la instauración de claras políticas de comunicación en el país; que durante los años setentas los principales grupos sociales de la República pidieron reiteradamente durante más de 10 años el establecimiento del Derecho a la Información. Que en 1983 la Consulta Popular sobre Medios de Comunicación exigió por parte de más de 3 mil sectores la reforma profunda de la televisión. Que a lo largo del sexenio 94-2,000 numerosas organizaciones políticas, académicas y civiles han solicitado subrayadamente la democratización de éstos, etc.; en ésta gestión política el Estado Mexicano se ha interesado por enfrentar, en mayor o en menor medida, el problema de la inflación, el conflicto del adelgazamiento del aparato gubernamental, el lastre del pago de intereses por los préstamos extranjeros, el obstáculo de la concentración industrial, el saneamiento de las empresas públicas, la ampliación de la salud social, el fortalecimiento de nuestra política exterior, la modernización del abasto, la planeación urbana, la firma del Tratado de Libre Comercio, etc., y no ha corregido sustantivamente las grandes desviaciones culturales que se han producido por la actual operación de los canales de información, especialmente de la televisión.

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

Por ello, la gran ausencia política en las anteriores gestiones gubernamentales ha sido el no planificar el uso de los medios de comunicación, y en especial, de la televisión, para impulsar el desarrollo de nuestra nación. Ello significa, que el problema de la transformación comunicativa del país es una realidad más álgida que la del pago de nuestra monumental deuda externa, porque lo que se produce a través de la modificación de ésta, en última instancia, esta liberación de la conciencia de los seres humanos que mueve los ordenes establecidos por el poder. Una vez más, se confirma

que la clase gobernante tiene mucho miedo al despertar de la conciencia de los nuevos grupos sociales. En una idea, le tiene pánico a la libertad de los hombres.

Ante este horizonte de cerrazón estatal para la democratización informativa, nos enfrentamos al delicado panorama político en el que los grandes grupos sociales no cuentan con espacios de expresión dentro de estos para expresar sus necesidades, problemáticas, demandas y soluciones. Frente a ello, se observa la tendencia creciente de que los movimientos sociales en emergencia continúen creando sus propios procesos de comunicación colectivos, que derivarán, tarde o temprano, en la construcción un nuevo Estado Ampliado paralelo al oficial, con el consecuente acrecentamiento de nuestra crisis de hegemonía nacional. Ejemplo de ello han sido el surgimiento temporal de los medios contra estatales como Televerdad, Radio Vampiro, Radio Pirata, Radio Interferencia ([Z](#)), etc. y las diversas intervenciones guerrilleras o subversivas que se dan a través de Internet.

En este sentido, es muy importante puntualizar que en la medida en que las organizaciones sociales cuentan con tiempos en los medios de comunicación electrónicos se evitará la presencia de tantas manifestaciones callejeras que todos los días suceden en las principales ciudades del país y que implican pérdidas económicas, cierre de empresas y comercios, destrucción de bienes, caos vial, ingobernabilidad, caos urbano, irritación ciudadana, aumento del stress y pérdida de la calidad de vida en la población. La sociedad toma permanentemente las calles del país por no tener espacios de expresión en los medios de difusión colectivos.

El conjunto de estos indicadores políticos reflejan que al comenzar el siglo XXI la sociedad mexicana inicia atravesada por cuatro grandes tendencias políticas comunicativo-culturales de masas:

En primer término, la comunidad nacional termina con un Estado débil en el terreno de las políticas de información, pues ha renunciado a no ejercer su función rectora en el campo de la comunicación colectiva para dejar su rectoría en manos de las fuerzas del mercado que sólo protegen los intereses del gran capital en esta área. En este sentido, el Estado mexicano a través de su postura de la autorregulación ha optado por defender los intereses del proyecto de super concentración de riqueza y no los derechos y garantías individuales mas elementales que los ciudadanos han demandado desde los años 60s.

En segundo término, la estructura mental de la sociedad mexicana termina profundamente atravesada por un proyecto muy fuerte de cultura, comunicación, y espiritualidad colectiva conducido por las voraces fuerzas del mercado que fomentan la dinámica del Dejar Hacer y Dejar Pasar Cultural a costa de los que sea y sin restricción alguna; y que es ampliamente protegido por las ideologías y los valores de plástico que ha introducido la modernidad con la anuencia de los gobiernos nacionales en turno. Dicho proyecto, basado en la lógica de la acumulación de capital a escala planetaria, promueve intensamente la expansión de la Cultura de la Muerte que está cimentando silenciosamente frente a nuestras narices el nuevo derrumbe de nuestro país.

En tercer término, el conjunto de los partidos políticos mantienen una posición de despreocupación e irresponsabilidad por el problema de las políticas nacionales de comunicación, salvo en los momentos electorales que pelean el espacio y tiempo de exposición de sus candidatos en los medios para ganar votos o en coyunturas políticas muy especiales que les permiten legitimarse u obtener simpatías ante la opinión

pública. El resto del año o del ciclo político ignoran esta realidad vertebral para construir la conciencia colectiva.

Y finalmente, en cuarto término, aunque existen cada vez más brotes de iniciativas aisladas en la sociedad civil, fundamentalmente el cerebro de la sociedad mexicana queda debilitado grandemente por la ausencia de un proyecto público orgánico de transformación y uso democrático de los medios de comunicación para el desarrollo equilibrado de la nación, y sin sólidas fuerzas o frentes sociales reales que permitan su surgimiento desde la gran sociedad civil organizada.

Es por ello, que en este gobierno es necesario repensar que hacer en términos políticos para crear otro proyecto colectivo de comunicación social que rescate el espíritu democratizador de la sociedad mexicana y permita la expresión de los grandes grupos a través de los medios de difusión colectivos.

### **III.- ¿ QUE HACER ? : HACIA UNA NUEVA POLITICA DE COMUNICACION SOCIAL EN EL MARCO DE LA GLOBALIZACION.**

El modelo de desarrollo modernizador que gradualmente ha adoptado México al final del siglo XX con el Tratado de Libre Comercio en sus estructuras culturales para incorporarse al nuevo orden mundial surgido después de la guerra fría, basado mayoritariamente en el supuesto del poder regulatorio mágico de la mano invisible del mercado para dirigir la participación social; ha comprobado en una década sus enormes limitaciones y las bárbaras deformaciones humanas que ha producido. Ejemplo de ello, han sido la drástica devaluación del peso, la brutal fuga de capitales, el colapso agropecuario, la bárbara destrucción ecológica en todo el territorio nacional, la incontenible corrupción, el agudo desempleo, la marcada reducción de nuestro nivel de calidad de vida, el aumento de la incredulidad institucional, el surgimiento de 13 grupos de guerrillas, la crisis de esperanza de la juventud, el aumento de la violencia, etc.

Por ello, después del fracaso de dicho modelo ahora se requiere la búsqueda e implementación de nuevas políticas, especialmente de cultura y comunicación, para lograr la participación de la sociedad a través de otros procesos de información y contribuir, con ello, a resolver las agudas contradicciones mentales que limitan el crecimiento equilibrado de nuestra nación (8).

En este sentido, es fundamental sustituir dentro del contexto de la modernidad la idea de crear un Estado Mínimo o Ultra Mínimo en el área cultural de México a través de la adopción indiscriminada de la política del laissez faire informativo; para ahora introducir la concepción estratégica del Nuevo Estado Básico para la Supervivencia Social sin el cual no podrán construirse un orden civilizatorio superior que mantenga las condiciones elementales de la convivencia en comunidad, especialmente, en la medida en que en el país somos crecientemente sociedades de masas cada vez mayores (9). Nuevo Estado Básico para la Supervivencia Social que no se limite a ejercer la labor meramente vigilancia policíaca, de atención a las urgencias inmediatas, de cubrir el servicio de recolección de basura, asistencia de los bomberos, etc., sino sobretodo que haga posible la participación democrática de la población en los procesos de creación de cultura y comunicación colectivos. Es decir, una comunicación de Estado al servicio del hombre y no el hombre al servicio del mercado, vía la información.

Debemos recordar que ya en el siglo XIX las profundas alteraciones que produjo el funcionamiento autónomo del mercado autoregulado en México generaron tantas contradicciones sociales que dieron origen al capitalismo salvaje e hicieron indispensable el surgimiento del Estado Benefactor para corregir dichos antagonismos insostenibles. Por ello, desde principios del siglo XX se intentó sustituir la lógica de la supremacía del mercado, por otra lógica más sensible y humana de justicia y participación social ([10](#)).

Incluso, constatamos que las principales naciones que impulsaron el modelo neoliberal del Estado Mínimo en los años 80s. como fueron los gobiernos de Ronald Regan en Estados Unidos y de Margaret Thatcher en la Gran Bretaña, a mediados de la década de los 90s. fueron corregidos drásticamente por los respectivos gobiernos de William Clinton en Norteamérica y de John Major en Inglaterra para fortalecer de nuevo al Estado Benefactor y resolver las grandes contradicciones que produjeron la aplicación irrestricta de las leyes del mercado en estos países. Dicha neointervención del Estado planteó ajustar el rumbo autónomo del mercado a través de una acción más activa de éste en la gestación de las macro políticas de crecimiento, pero no supone suprimirlo ([11](#)).

Es por esto, que ante el nivel límite de evolución en el que nos encontramos como civilización nacional y frente a la creciente realidad de establecer la Iniciativa del Mercado en el campo de la cultura y la comunicación colectiva del país, debemos considerar que así como una cantidad de actividades estratégicas para el desarrollo del Estado Mexicano no pueden dejarse en manos del sector mercantil, a riesgo de que desaparezcan como es el caso de la medicina preventiva, la generación del transporte urbano público, el impulsar a la ciencia básica, la producción de infraestructura urbana ([12](#)), etc; así tampoco puede delegarse a éste la construcción de una Cultura Social para la Sobrevivencia Nacional. Esto debido, a que aunque, paradójicamente, a largo plazo, la planificación cultural es la inversión económica más rentable que existe en México, a corto plazo, no es lucrativa dentro de los criterios de ganancia pecuniaria y de corto plazo que establece la actual concepción neoliberal de la vida.

Por ejemplo, en el campo de la física el descubrimiento del Boscon de Higgs o el invento del acelerador de partículas más costoso del mundo SSC, no pudieron desarrollarse sin la aportación multimillonaria de los Estados de la Comunidad Económica Europea y del Estado Americano ([13](#)). De igual forma, la formación de una cultura ecológica, de una cultura de conservación de las especies que componen la conservación de las cadenas de reproducción de la vida, de una cultura de la defensa de los ancianos, de una cultura del cuidado del Planeta Tierra, de una cultura de la convivencia civil, de una cultura de revaloración de lo nacional, de una cultura de la promoción de la vida, etc. que son niveles de cerebralidad mínimos que requerimos construir y conservar para sobrevivir en sociedad de masas cada vez mayores; tendrán que ser creadas por el Estado y la sociedad civil, ya que para el sector mercantil no es rentable efectuarla.

Ante este panorama de creciente desigualdad comunicativa y espiritual que se establece con la aplicación del modelo de mercado del Tratado de Libre Comercio en nuestra República, es necesario que el Estado mexicano cree las condiciones de otro equilibrio cultural a través de la elaboración de una Nueva Política de Cultura y Comunicación Social para la Sobrevivencia Nacional, que actualmente no existe y se requiere urgentemente para coexistir. Para ello, hay que considerar que así como en el campo económico el Estado reprivatizó la banca estatal y paralelamente impulsó la

banca de desarrollo para apoyar a los sectores más desfavorecidos, o que así como vendió empresas públicas para destinar fondos a los proyectos de equilibrio social vía el Programa Nacional de Solidaridad (14); ahora, es necesario que así como ha permitido crecientemente el juego de los principios del mercado en el área cultural, se apoye la dinámica de Equilibrio de la Comunicación Social que surge desde las necesidades de expresión y participación ideológica más apremiantes de los grupos mayoritarios del país.

Con ello, se podrán rescatar los aspectos positivos que ofrece la economía de mercado en el campo cultural, como son la eficiencia, la competitividad, la libertad individual, la apertura de mercados, la adopción de nuevos financiamientos, etc.; y al mismo tiempo se aplicarán los contrapesos culturales de nivelación mental necesarios para sobrevivir que no están incluidos en el frío cálculo económico neoliberal. Frente a esto es imprescindible considerar que la práctica del libre juego de las fuerzas culturales y comunicativas, no generan automáticamente un proceso de comunicación superior; sino que para lograrlo se requiere la presencia y la acción de procesos sociales planificadores, con alto nivel de participación de la sociedad civil (15). Contrapesos planificadores que no sean burocráticos, estatistas, paternalistas o populistas; pero que si vinculen globalmente los principales requerimientos de desarrollo social con la dinámica de producción cultural e informativa.

De lo contrario, los grandes límites naturales, que por sí misma, fija la economía de mercado sobre las dinámicas comunicativas, generarán más contradicciones culturales que las pretende resolver por la acción de la oferta y la demanda; y que sólo podrán ser resueltas con la introducción de la Racionalidad de la Comunicación Social en el campo de lo público. De no construirse esta política de equilibrio en el área comunicativa y cultural, cada vez más, se vivirá el profundo divorcio existente entre necesidades materiales y espirituales de crecimiento social y la formación de la cerebralidad colectiva para resolverlas.

En este sentido, hoy estamos obligados a preguntarnos con todo rigor: En la etapa de la apertura de fronteras ¿Cuál debe ser la función rectora del Estado en el campo de la comunicación colectiva?. ¿Hasta dónde a mediano y largo plazo este modelo de desarrollo modernizador creará una cultura que propicie el verdadero crecimiento de nuestra sociedad o producirá un retroceso del avance del Hombre?. ¿Qué acciones culturales debemos de realizar para reforzar nuestra identidad nacional dentro de los marcos de los principios del mercado?. ¿Cómo producir una cultura del desarrollo social dentro de la dinámica de la oferta y la demanda?. ¿Cómo conciliar las presiones de un modelo económico que deforma la estructura cultural para incrementar sus niveles de acumulación material, con la necesidad urgente de formar una cultura global para la sobrevivencia humana y el respeto a la vida?. En la fase de globalización del país ¿Cuáles deben ser los contenidos culturales de una política nacional de comunicación social que propicie que se eleven los niveles de calidad de v que permita que los medios de información se orienten hacia el desarrollo de nuestra conciencia para resolver nuestros conflictos de crecimiento; pues el proceso de la globalización mundial nos lleva a la creación de un nuevo orden cultural que modifica los contenidos y las fronteras ideológicas de los actuales Estados nacionales. De no efectuar esto, el alma cultural de nuestra sociedad correrá el gran riesgo de quedar sepultada por los nuevos espejismos de la modernidad y sus derivados simbólicos parasitarios de ésta nueva fase del desarrollo de la sociedad capitalista internacional.

De aquí, la enorme importancia que la sociedad civil presione a las Comisiones de Cultura y de Comunicación Social de la Cámara de Diputados del LVIII Período Legislativo para reglamentar con gran profundidad la operación de dichos medios de comunicación, pues en última instancia no se está legislando sobre simples instituciones de esparcimiento, diversión o información; sino sobre un fenómeno central de transformación y ampliación cotidiana de la estructura del Estado Mexicano y de la conciencia nacional.

Para ciudadanizar los medios de información en México y dar algunas salidas de participación, a través de éstos, a los grandes grupos sociales, es indispensable, modificar el viejo pacto social desequilibrado existente entre el Estado mexicano, los medios de comunicación y la sociedad, que sirvió de base para consolidar durante 70 años al decadente régimen político anterior. Ahora, es necesario construir, mediante la reforma del Estado, una nueva relación democrática, plural, equilibrada y abierta que permita que los ciudadanos participen colectivamente, vía éstos, para contribuir a construir y enriquecer el espectro político-cultural de nuestra nación y crear una nueva cultura civilizatoria superior que nos permita sobrevivir en nuestro país.

Debemos reconocer, que "la Reforma del Estado en materia de comunicación, no es una reforma jurídica mas para modernizar al Estado mexicano; sino que por su naturaleza vertebral que cruza todos los ámbitos de la vida comunitaria y cotidiana, es la reforma mas importante de la sociedad mexicana de principios del siglo XXI, pues será a partir de esta renovación como se determinarán las vías que modificarán o no los procesos para construir la conciencia colectiva nacional de final de milenio. De ello dependerá si se crean las bases político-sociales para generar una conciencia para el avance de la República o para su retroceso mental, social y civilizatorio en el nuevo milenio" (16).

La transformación de la estructura de comunicación nacional es un proceso muy complejo que requiere la participación no sólo del Estado, sino de muchos otros sectores de la sociedad en diversos planos de acción. Por ello, para avanzar en la reforma del Estado mexicano en materia de comunicación y construir una Nueva Política Nacional de Comunicación, se deberán contemplar y realizar, entre otras, las siguientes acciones de transformación de la estructura informativa en el plano legislativo, político y académico:

En el Plano Legislativo:

- 1.- El Estado debe rescatar su función rectora en el campo de la comunicación frente a la dinámica salvaje que han alcanzado las fuerzas del mercado en éste terreno, para construir un nuevo proyecto de comunicación nacional basado en la participación de las comunidades.
- 2.- Es necesario que se replante el pacto social de comunicación existente entre el Estado, los medios de información y la sociedad para orientarlo hacia un nuevo pacto tripartita de participación ciudadana que equilibre el actual funcionamiento desigual.
- 3.- Se requiere que el Poder Legislativo limite constitucionalmente las facultades discrecionales del Poder Ejecutivo en el campo de la comunicación colectiva, para crear un marco normativo más democrático y justo en el funcionamiento de los procesos de comunicación social.

4.- Es imperativo elevar a rango constitucional el acceso a la información y a la comunicación como un bien y un derecho público al cual han de acceder y ejercer todos los mexicanos.

5.- Es indispensable que se actualice el contexto jurídico amplio de las leyes sobre comunicación social para adaptarla a los desafíos de la sociedad nacional del siglo XXI. Para ello, es conveniente retomar el espíritu del proyecto de Ley Federal de Comunicación Social y el Proyecto de Ley Reglamentaria de los Artículos 6 y 7 Constitucionales en Materia de Libertad de Expresión y Derecho a la Información preparado por la Comisión de Radio Televisión y Cinematografía (RTC) de la XLVII Legislatura del Congreso para discutirlo y perfeccionarlo.

6.- Se requiere garantizar el respeto al libre ejercicio profesional del informador y facilitar su acceso a las fuentes de información públicas y privadas ([17](#)).

7.- Se necesita garantizar el Derecho de Replica en todos los medios de comunicación como una garantía constitucional elemental ([18](#)).

8.- Es indispensable que se discuta en el Congreso de la Unión los criterios de renovación y supervisión de las concesiones de radio y televisión para los próximos años y que no sólo dependa de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Hay que recordar que están próximas a vencer las siguientes concesiones:

#### **VENCIMIENTO DE CONCESIONES DE TELEVISION EN EL DISTRITO FEDERAL**

CANAL	ADSCRIPCION	FECHA DE VENCIMIENTO
2	Televisa	2 de julio del 2009
4	Televisa	1 de septiembre del 2000
5	Televisa	20 de enero del 2009
7	TV Azteca	29 de abril del 2006
9	Televisa	1 julio 2009
13	TV Azteca	9 de mayo del 2008
22	CONACULTA	16 de abril del 2001
40	Televisora del Valle de México	2008 *

Fuente: Periódico Milenio Semanal, No 152, México D.F., 7 de agosto del 2000. Internet:

<<http://www.milenio.com/frame.asp?url>>

\* No se obtuvo información precisa.

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

10.- Es imperativo que el Estado fortalezca y amplíe el esquema de medios de comunicación de servicio público para cumplir con su función de rector nacional y equilibrar el funcionamiento del modelo de comunicación de mercado.

11.- Se debe exigir el uso transparente y equitativo de tiempos del Estado en radio y televisión, legales, fiscales y electorales y revisar la aplicación y vigencia del tiempo llamado fiscal. (19).

12.- A través del aprovechamiento del 12.5 % de los tiempos oficiales es imperativo que el Estado fortalezca y amplíe el esquema de medios de comunicación de servicio público para cumplir con su función de rector nacional y equilibrar el funcionamiento del modelo de comunicación de mercado.

13.- El Estado debe abrir la participación de la sociedad civil organizada en los tiempos oficiales ya que son espacios que se otorgan en las concesiones que la sociedad en su conjunto le delega al Estado para que éste los administre en base al bien común.

14.- Es necesario discutir públicamente en el Congreso de la Unión y en los diversos sectores de la sociedad civil con que políticas aplicar el uso de los diversos tiempos oficiales para construir con estos dentro de la actual infraestructura de medios comercial-privados un amplio sistema de Medios de Comunicación de Estado de Servicio Público. Esto significaría contar con un gran frente de medios de servicio público con alta penetración y con un mínimo de inversión del Estado y de la sociedad.

15.- Se requiere rescatar y ampliar los pocos espacios que se han dedicado a la difusión y construcción de valores plurales y cívicos vía los medios de comunicación de masas, y proponer alternativas para impulsar la edificación de una cultura cívico-democrática más madura en nuestro país.

16.- Es necesario promover la creación de órganos plurales con participación de la sociedad civil en la vigilancia de la normatividad relacionada con el funcionamiento global de los medios de comunicación.

17.- Se requiere promover el respeto irrestricto a la privacidad de los ciudadanos que impida exhibirlos ante la sociedad vía los medios de manera morbosa, injuriosa o difamante.

18.- Finalmente, es necesario rescatar y preservar la memoria histórica de nuestra sociedad como parte del Derecho a la Información.

En el Plano Político:

1.- Se debe formar un frente cívico nacional de naturaleza plural y amplia que concentre a las principales organizaciones, movimientos e instituciones que han trabajado en los últimos años por la transformación del sistema de comunicación nacional, con el fin de que presionen políticamente para que se logre la aplicación del Derecho a la Información y la democratización de los medios de difusión en nuestro país. La primera acción de dicho frente deberá ser la organización de un Congreso Nacional de la Sociedad civil para discutir con el Estado y el Poder Legislativo la renovación del vencimiento de las próximas concesiones de televisión y la distribución del nuevo espacio radioeléctrico en el país.

2.- Mientras se logra, a largo plazo, el proceso de cambio en la estructura de funcionamiento de la comunicación nacional, a corto plazo, los receptores deben empezar a aplicar su enorme poder de presión colectiva al dejar de ver o escuchar

aquellos programas que atenten contra los derechos ciudadanos y dejar de consumir aquellos productos que los financien. En la medida en que esta fuerza ciudadana se amplíe, se desencadenarán en breve tiempo, importantes transformaciones en los medios de comunicación, especialmente en sus barras de programación.

3.- Con apoyo de las principales organizaciones ciudadanas simpatizantes con la democratización de los medios se deber realizar movilizaciones civiles cada vez que se violen el Derecho a la Información en los medios de difusión.

4.- La ciudadanía debe exigir permanentemente a sus legisladores representantes en el Congreso de la Unión que presionen legislativamente para lograr el Derecho a la Información.

5.- La sociedad civil debe exigir a los partidos políticos que incluyan en sus plataformas ideológicas acciones concretas para la democratización de los medios de difusión.

6.- Solicitar al Estado mexicano que una de las tres frecuencias de televisión otorgadas al Estado como reserva de comunicación estratégica sea entregada al Poder Legislativo para que el Canal del Congreso de la Unión pueda ser transmitido en frecuencia abierta y se pueda recibir sin costo extra en todo el territorio nacional y no sólo opere por cable.

7.- La sociedad civil organizada debe exigirle al Estado mexicano que cumpla internamente con los contenidos de los acuerdos que ha firmado a nivel internacional en el campo de la comunicación y la cultura. Esta realidad ofrece de ipso un enorme respaldo jurídico para avanzar en el proceso de pluralidad de las estructuras de comunicación y en el reconocimiento de derechos sociales informativos, pues ética y jurídicamente no se pueden adquirir compromisos internacionales y no aplicarlos nacionalmente.

8.- Para contribuir a crear las bases mentales de una nueva sociedad y complementar la formación cultural de los jóvenes, la sociedad civil debe demandar al Secretario de Educación Pública del nuevo gobierno que se incluya en los programas de enseñanza del nivel primario, secundario y preparatorio la materia denominada recepción de los contenidos de los medios de información.

9.- Basándose en que los medios de difusión se otorgan por concesiones, la sociedad civil debe exigir al nuevo gobierno que el Estado mexicano otorgue a la sociedad civil organizada otra de las tres frecuencias reservadas al Estado y nuevos espacios en la ampliación del espectro electromagnético, para construir medios y franjas de información ciudadanas.

10.- Presentar sistemáticamente a la Comisión de Radio Televisión y Cinematografía (RTC) de la Cámara de Diputados y Senadores las conclusiones que se deriven de cada foro local, regional o nacional sobre la democratización de la comunicación y la aplicación del Derecho a la Información y solicitar que se tomen en cuenta en las políticas de gobierno.

En el Plano Académico:

1.- Las escuelas de comunicación y los centros de investigación deben sistematizar con todo rigor los miles de diagnósticos y propuestas que la sociedad civil ha presentado en los últimos años sobre cada una de las realidades particulares de la comunicación nacional (televisión, radio, cine, prensa, nuevas tecnologías, publicidad, etc.), para elaborar una super síntesis intelectual de lo que históricamente se ha propuesto para transformar el actual sistema de información colectiva.

2.- Los centros de investigación deben producir los conocimientos orgánicos específicos que requiere coyunturalmente la sociedad civil para transformar permanentemente la estructura de la comunicación nacional.

3.- Los centros académicos a través de sus programas académicos deberán realizar un diagnóstico permanente sobre la forma en que los medios de información respetan o no el marco normativo de los mismos e informar al Estado y la sociedad civil sobre sus resultados.

De no avanzar sobre este horizonte en el próximo gobierno, encontraremos que en plena fase de modernización nacional con los tratados de libre comercio se habrán modificado las estructuras económicas, políticas, jurídicas, tecnológicas, etc. de nuestra sociedad; pero no se habrán transformado las estructuras mentales profundas que, en última instancia, son las que sostienen y le dan vida a nuestra comunidad. Bajo estas circunstancias la sociedad mexicana estará avanzando con los ojos vendados por un precipicio muy peligroso y dentro de algunos años veremos y sufriremos las consecuencias devastadoras que habrá dejado sobre nuestra conciencia y comportamientos colectivos la presencia del funcionamiento desregulado de la lógica de mercado en el terreno cultural y espiritual de nuestro país.

De otra forma, teniendo posibilidades de sobra para comprender hacia donde tiende a evolucionar el proyecto cerebral de nuestra sociedad ante el fenómeno de la globalización cultural y de aplicar las medidas correctivas necesarias para mantener el rumbo de comunidad autónoma; habremos elegido el camino de la incondicionalidad ideológica que nos lleva a convertirnos en ciervos que no buscan alternativas ante el proyecto de la modernización; sino a someternos dócilmente a ésta: Entonces habremos entrado por propia voluntad en el fast track de la desnacionalización y el extravío mental.

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

No podemos olvidar que la reforma del Estado y la construcción de la nueva sociedad que demanda el México Profundo del siglo XXI que ya se ha manifestado radicalmente, a través de los levantamientos populares, requiere la producción de un nuevo eje cultural, y éste en nuestro país, creemos que en este sexenio de gobierno, deberá

girar alrededor de la renovación de los medios de comunicación nacionales, especialmente de la televisión.

#### **IV.- NOTAS.**

(1) Labra, Armando; Prólogo, La legislación mexicana en radio y televisión, Colección Ensayos, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F., primera reimpresión 1989, página 7.

(2) Información relevante sobre medios de comunicación en México, Documento estadístico de apoyo preparado para la Conferencia Internacional sobre *El Derecho a la Información en el Marco de la Reforma del Estado en México*, Cámara de Diputados, LVII Legislatura, mayo de 1998, México, D.F., 27 páginas.

(3) Un estudio reveló que los mexicanos son los que mas tiempo pasan frente a la televisión en América, *Crónica*, 7 de abril da 1998; Los mexicanos pasan mas horas frente a la televisión, *El Nacional*, 7 de abril de 1998.

(4) Caballero, Virgilio; Los contenidos de las programaciones de las televisoras estatales, Memoria del Tercer Encuentro Nacional de Televisoras Estatales, RTC, Televisión Mexiquense e Imevisión, Toluca, Estado de México, México, septiembre de 1986, paginas 45 a 47.

(5) Esquema de participación de los movimientos sociales, vía los medios de comunicación

(6) Caballero, Virgilio; Los contenidos de las programaciones de las televisoras estatales, Memoria del Tercer Encuentro Nacional de Televisoras Estatales, RTC, Televisión Mexiquense e Imevisión, Toluca, Estado de México, México, septiembre de 1986, paginas 45 a 47.

(7) Para ampliar este horizonte, revisar Nuevas experiencias de comunicación masiva: Las radios "piratas" en el D.F.: Una historia hacia la democracia, Mónica Palomino González, Revista Razón y Palabra No. 12, Año 3, Primera Revista Electrónica en America Latina Especializada en Medios de Comunicación, Proyecto INTERNET, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Campus Lago de Guadalupe, Estado de México, México, octubre de 1998 - enero de 1999, 5 paginas.

(8) Algunas de las contradicciones que se reflejan entre el nivel de conciencia y el proyecto de desarrollo nacional se manifiestan en la oposición creciente que se establece entre formación de la conciencia nacional y la difusión de los contenidos de los medios de comunicación, particularmente electrónicos, en México. En este sentido, debido a la cultura paralela que han formado los medios electrónicos de difusión en México en las últimas décadas, se observa que los niños mayores de seis años conocen más la información televisiva que la transmitida en la escuela primaria o otros órganos culturales. Por ejemplo, en el terreno de la realidad nacional el 77% de los pequeños retienen más frases como "La chispa de la vida" o "Recuérdame" y sólo el 49% conserva otras como "¡Viva la Independencia!" o "La solución somos todos" o "El respeto al derecho ajeno es la paz". De igual manera, mientras que casi la totalidad de los niños (92%) retiene la imagen del Gansito Marinela, menos de dos terceras partes (64%) identifica la Columna de nuestra Independencia o al cura Hidalgo. El 63% de los

niños asocia fácilmente el tema de la tarjeta de crédito "Carnet" y sólo el 43% reconoce la frase "El respeto al derecho ajeno es la paz". En resumen, observamos que de cada diez personajes que los niños identifican, sólo tres son de la historia de México.

En el campo de la historia, el 67% de los niños identifican los días y horarios en que se transmiten sus programas favoritos de televisión, mientras que sólo el 19% enuncia las fechas en que ocurrieron los acontecimientos más significativos de la historia nacional. Los super héroes de la televisión como "La mujer maravilla", son más conocidos por los pequeños (98%) que los héroes de la Revolución mexicana (33%). "El Chapulín Colorado" es más evocado por los infantes (96%) que los Niños Héroes de Chapultepec (82%). "Supermán" está más presente en la mente de los pequeños (97%) que Don Benito Juárez.

En materia religiosa, no obstante que nuestra sociedad es acentuadamente católica, más de la mitad de los niños (56%) conoce el día en que se transmitía "Hogar dulce hogar", mientras que sólo el (86%) recuerda el día en que se celebra la Navidad. Mientras el 55% de los niños puede decir qué día se difundía el programa "Mis huéspedes", sólo el 32% sabe la fecha en que se celebra la fiesta de la Virgen de Guadalupe. Los pequeños identifican mejor el logotipo de "Sabritas" (86%) que una ostia (46%).

En el área cívica, el 87% de los infantes conoce los días en que se transmiten los programas cómicos y sólo el 13% sabe la fecha en que toma posesión el Presidente de la República. Sólo el 8% conoce la fecha en que el primer mandatario rinde su informe anual, mientras que el 61% sí puede decir el día y la hora en que aparecen las series fantásticas. El 83% de los niños identifica el logotipo de los pastelitos rellenos y sólo el 63% conoce el Calendario Azteca. Mientras que el 81% de los pequeños evoca el logotipo de los productos "Marinela", sólo el 66% identifica el escudo nacional. Las tres cuartas partes (77%) de los niños identifican la imagen de Chicles Adams y menos de una quinta parte (17%) reconoce el Monumento a la Revolución. Finalmente, el logotipo de los chocolates "Carlos V" es más reconocido (77%) que el Monumento del Angel o la columna de la Independencia (40%). La Televisión y los Niños. Conocimiento de la Realidad Televisiva Vs. Conocimiento de la Realidad Nacional. Cuadernos del Consumidor, Instituto Nacional del Consumidor (INCO), México, D.F., noviembre de 1982.

Este problema de identidad se agrava crecientemente en la medida en que se avanza en la aplicación de los principios de mercado del Tratado de Libre Comercio sobre la comunicación colectiva nacional y se acentúa el debilitamiento de la política educativo-cultural del Estado Mexicano.

(9) En el TLC el mercado fijará precios a los básicos, Excelsior, 27 de marzo de 1992; ¿De qué sirve la democracia si pervive el mercantilismo en América Latina?, Excelsior,, 3 de junio de 1992; Está en duda que el mercado solucionará mágicamente los problemas económicos, El Financiero, 26 de noviembre de 1993.

(10) La lógica del mercado, El Financiero, 4 de agosto de 1992; Regula la existencia de la sociedad, Excelsior, 31 de mayo de 1992; Base del Estado corporativo, Excelsior, 2 de junio de 1992; Intervencionismo del Estado. Orígenes y modalidades del Estado, Excelsior, 3 de junio de 1992; Izquierda y totalitarismo. Orígenes y modalidades del

Estado, Excelsior, 4 de junio de 1992; La teoría del Estado. Orígenes y modalidades del Estado, Excelsior, 5 de junio de 1992.

(11) El retiro del Estado impone retos capitales al neoliberalismo, Excelsior, 28 de septiembre de 1993; El cambio debe ser garantía de justicia, Excelsior, 28 de septiembre de 1993; La nueva cara del regulador económico, Excelsior, 28 de septiembre de 1993; Peligro el capitalismo salvaje, Excelsior, 2 de noviembre de 1993.

(12) Sí al neoestatismo para guiar y no remplazar al mercado, Excelsior, 13 de abril de 1992; Corrige J. Major a M. Thatcher y fortalece al Estado Benefactor, Excelsior, 15 de julio de 1992; Profundo rechazo en Wall Street a Clinton. Temor a un incremento de tasas de interés e inflación, El Financiero, 13 de noviembre de 1992; El Neointervencionismo Estatal, El Financiero, 23 de noviembre de 1992; Clinton: ¿Un nuevo Liberalismo Social?, El Financiero, 24 de noviembre de 1992; Clinton, intervencionista astuto si concilia Estado y mercado, Excelsior, 26 de noviembre de 1992.

La aplicación del liberalismo a ultranza en Estados Unidos durante más de 15 años provocó que una pequeña minoría se enriqueciera desproporcionadamente, mientras la mayoría social se convertía en más pobre, sin encontrar en el "paraíso capitalista" la felicidad prometida. De igual forma, la implementación durante varios años de la dinámica de la "mano invisible" en Inglaterra descuidó la educación pública al grado que en 1992 sólo el 34 % de los jóvenes entre 16 y 18 años gozaban de un sistema de capacitación, contra 47 % en Alemania y 66 % en Francia. El Neoliberalismo continúa haciendo "agua" en Estados Unidos, El Universal, 2 de octubre de 1993.

(13) ¿Realmente debemos confiar todo a la Iniciativa Privada?: El caso de la Física, El Financiero, 1 de noviembre de 1991.

(14) Liberalismo social, nuestra filosofía; Contra Estatismo y Neoliberalismo absorbente, El Financiero, 5 de marzo de 1992. El liberalismo social, Excelsior, 7 de marzo de 1992; El liberalismo social: Nuestro camino, Uno Más Uno, 8 de marzo de 1992; ¿Neoliberalismo social?, Uno Más Uno, 11 de marzo de 1992; Entre la política y la economía. La condición de los serviles, Excelsior, 13 de marzo de 1992; El liberalismo social fortalece la soberanía, Uno Más Uno, 1º de marzo de 1992; Recursos a los marginados con mecanismos de mercado, Excelsior, 14 de marzo de 1992; Que del liberalismo, Uno Más Uno, 17 de marzo de 1992; De nuevo sobre el liberalismo, Uno Más Uno, 10 de marzo de 1992; El liberalismo social se vive con el Pronasol, Excelsior, 21 de marzo de 1992; Ni la soberanía es obsoleta, ni existe un modelo único, Excelsior, 22 de marzo de 1992.

(15) Requiere la sociedad actual de una nueva revolución científica, Uno Más Uno, 31 de marzo de 1992.

(16) Javier Esteinou Madrid, Diagnóstico y propuestas para la democratización de los medios de comunicación en México, Seminario: "La Propiedad de los Medios y el Acceso Ciudadano en América Latina", Asociación Mundial Para la Comunicación Cristiana (WACC), Observatorio Ciudadano de los Medios de Comunicación, Academia Mexicana de Derechos Humanos, Alianza Cívica, Asociación Mexicana por el Derecho a la Información, Comunicadores por la Democracia, Consejo de Educación de Adultos Para América Latina, México, D.F., Hotel Casablanca, 8 al 10 de noviembre del 2000.

(17) Asociación Mexicana de Derecho a la Información, Objetivos centrales, Documento Base, México, D.F. enero del 2000, páginas 5 y 6.

(18) Ibid.

(19) Ley Federal de Radio y Televisión y su Reglamento, Artículo 90, Comisión de Radio Televisión y Cinematografía, (RTC), Cámara de Diputados, LVII Legislatura, México, D.F, junio del 2000, paginas 36 y 37.

---

*Dr. Javier Esteinou Madrid*

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