

ARGUMENTOS

ESTUDIOS CRÍTICOS DE LA SOCIEDAD

DICIEMBRE DE 2002

Asambleas y piquetes:
notas sobre la lucha
por la democracia en la realidad
urbano-rural argentina

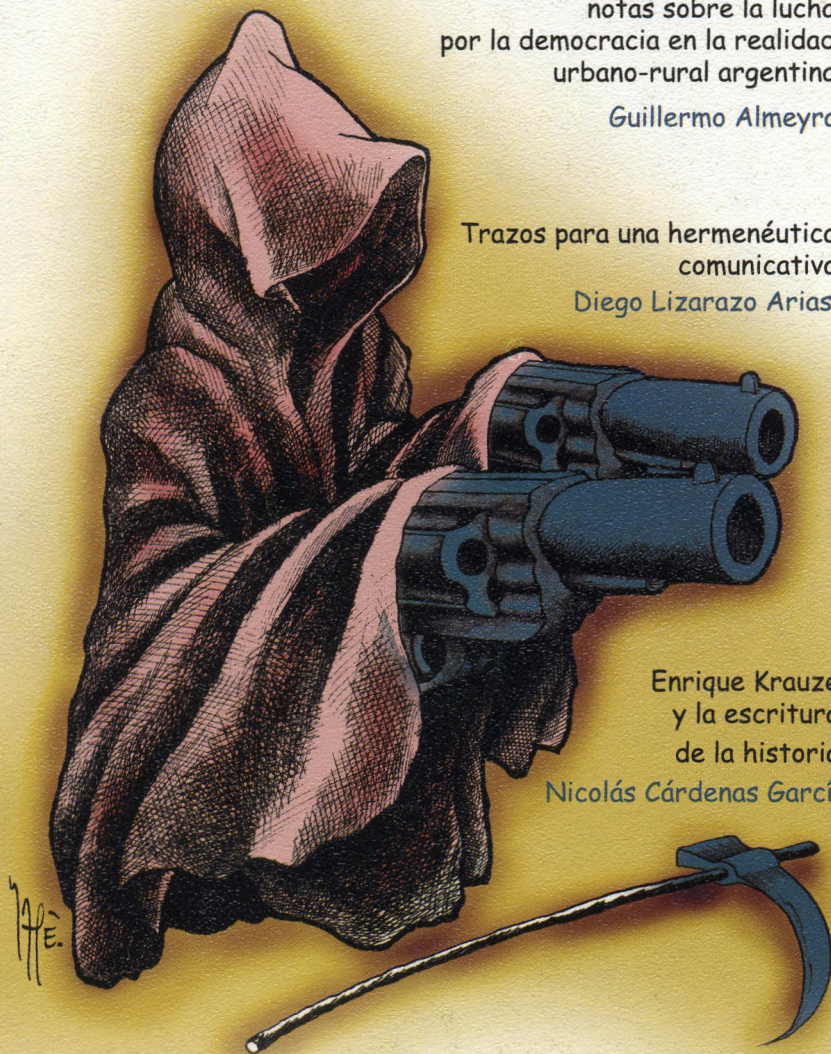
Guillermo Almeyra

Trazos para una hermenéutica
comunicativa

Diego Lizarazo Arias

Enrique Krauze
y la escritura
de la historia

Nicolás Cárdenas García



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Rector general, doctor Luis Mier y Terán Casanueva
Secretario general, doctor Ricardo Solís Rosales

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA-XOCHIMILCO
Rector, maestro Norberto Manjarrez Álvarez
Secretario, doctor Cuauhtémoc V. Pérez Llanas

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
Director, licenciado Gerardo Zamora Fernández de Lara
Secretario académico, maestro Roberto Martín Constantino Toto
Jefe de la Sección de Publicaciones y editor responsable,
licenciado Miguel Ángel Hinojosa Carranza

Argumentos

Estudios críticos de la sociedad

COMITÉ EDITORIAL

DIRECTOR: Ricardo A. Yochelevsky R.

Graciela Bensusán (UAM-X), Mario Alejandro Carrillo (UAM-X), Georges Couffignal (CREDIAL; U. de París III), Javier Esteinou (UAM-X), Rafael Loyola (CIESAS), Vania Salles (CESS-Colmex), Daniel Villavicencio (UAM-X), Enzo Falletto (Departamento de Sociología, Universidad de Chile)

CONSEJO ASESOR: Carlos Antonio Aguirre Rojas (IIS-UNAM), Carlos Alba Vega (CEI-Colmex), François Lartigue (CIESAS), Álvaro Matute Aguirre (IIH-UNAM), Ambrosio Velazco Gómez (IIF-UNAM)

TRADUCCIÓN DE RESÚMENES: Haydn Rawlinson y Valérie Juquois

Los artículos firmados son responsabilidad exclusiva de los autores.

La reproducción total o parcial de los trabajos publicados requiere permiso previo y por escrito del Comité Editorial. No se devolverán originales.

Revista cuatrimestral inscrita en el índice de revistas mexicanas de investigación científica y tecnológica del Conacyt. Camex: Catálogo comentado de revistas mexicanas sobre educación superior e investigación educativa, y en IRESIE: índice de revistas de educación superior e investigación educativa, <http://www.unam.mx/cesv>

Tiraje: 1 000 ejemplares

ISSN: 0187-5795

D.R. © 2002, Universidad Autónoma Metropolitana

Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Xochimilco
Calzada del Hueso 1100
Colonia Villa Quietud, Coyoacán
04960 México, DF.

© Ilustraciones de Rafael Pineda, *Rapé*

Distribuidora: Librería de la UAM-Xochimilco, Edificio Central, planta baja, Calzada del Hueso 1100, colonia Villa Quietud, C.P. 04960, delegación Coyoacán, México, DF. Certificado de Licitud de Título número 5303; Certificado de Licitud de Contenido número 4083; otorgados por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación; Certificado de Reserva al Uso Exclusivo del Título número 04-1999-1103160800100-102; se terminó de imprimir en los talleres de Sans Serif Editores, S.A. de C.V., tel. 5611 37 30, telfax 5611 37 37, correo electrónico: serifed@prodigy.net.mx

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

ÍNDICE

HOMENAJE

- 5 **LA CIENCIA SOCIAL Y EL CIENTISTA SOCIAL
EN EL PENSAMIENTO DE JOSÉ MEDINA ECHAVARRÍA**
Enzo Faletto Verné

INVESTIGACIÓN

- 17 **“VOY A EXTERMINAR AL HOMBRE DE LA FAZ
DE LA TIERRA.” Notas sobre la idea de desastre**
Alejandra Toscana Aparicio
- 33 **TRAZOS PARA UNA HERMENÉUTICA COMUNICATIVA**
Diego Lizarazo Arias
- 49 **LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN
COMO CENTROS HEGEMÓNICOS**
Javier Esteinou Madrid

ENSAYO

- 63 **ENRIQUE KRAUZE Y LA ESCRITURA DE LA HISTORIA**
Nicolás Cárdenas García
- 93 **ASAMBLEAS Y PIQUETES. Notas sobre la lucha
por la democracia en la realidad urbano-rural argentina**
Guillermo Almeyra

LA REDEFINICIÓN DE LAS REGLAS INTERNAS DE PODER EN EL PRI, 1988-2001.

De la XIV a la XVIII Asamblea Nacional

Guadalupe Pacheco Méndez

RESEÑAS

SINDICALISMO. DOGMATISMO Y REALIDAD

Javier Meza

LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN COMO CENTROS HEGEMÓNICOS

49

*Javier Esteinou Madrid **

Debido a las nuevas capacidades tecnológico-materiales que durante el siglo xx y principios del xxi conquistaron los medios de información colectivos, especialmente los electrónicos, y a las transformaciones urbano-políticas que se dieron, éstos se convirtieron en el centro del poder ideológico y político contemporáneo de nuestra nación. Con esta nueva ubicación de los medios dentro de la estructura de poder contemporáneo se modificaron las reglas y dinámicas tradicionales con las que nuestra sociedad antaño se articulaba, organizaba y participaba colectivamente. Así, se produjo un profundo cambio en la jerarquía de poderes que conforman el esqueleto del poder y de la movilización cotidiana de nuestra sociedad, en la que los medios de información son ahora el centro del poder político, cultural, mental y espiritual cotidiano de nuestra república. Los medios se transformaron en la nueva plaza pública y en los grandes cerebros colectivos que dirigen la sociedad.

De aquí la necesidad de que en este nuevo periodo histórico de transición pacífica a la democracia, la sociedad mexicana replantee qué hacer en el terreno político para crear otro proyecto colectivo de comunicación social que permita el avance de la construcción de la democracia. Para ello, es crucial efectuar una profunda reforma del Estado en materia de comunicación y cultura que permita que el funcionamiento público de las industrias culturales se encuentre ética y responsablemente orientado y supervisado por el Estado y la sociedad civil mexicana y no sólo por las caprichosas dinámicas del mercado.

THE MEDIA AS HEGEMONIC CENTERS

Thanks to the new technological and material capacities that conquered the mass media (particularly the electronic media) in the 20th century and the early years of the 21st, and to the urban and political transformations that took place at the same time, the media have become the center of contemporary ideological and political power in our country. This new placement of the media within the structure of contemporary power has modified the traditional rules and dynamics whereby our society used to interconnect, organize itself, and participate collectively. This has led to far-reaching changes in the hierarchy of powers that make up the

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

apparatus of power and everyday mobilization in our society, in which the information media are now the center of political, cultural, mental, and spiritual power in the day-to-day life of our Republic: The media have become the new public forum and the great collective brains that direct society.

It is therefore necessary, in this new historical period of peaceful transition toward democracy, for Mexican society to reexamine what remains for it to do in the political arena in order to create a new collective social communication project that will facilitate the construction of democracy. For this, a far-reaching reform of the State *vis-à-vis* communication and culture is essential, allowing the public operations of the cultural industries to be ethically and responsibly guided and overseen by the Mexican State and civil society, and not by the capricious dynamics of the market.

LES MOYENS D'INFORMATION COMME CENTRES HÉGÉMONIQUES

50

Du fait des nouvelles capacités technologico-matérielles que les moyens d'information collectifs, en particulier électroniques, ont acquisés au XX^e siècle et en ce début de XXI^e siècle, et des transformations urbano-politiques qui ont eu lieu, ces moyens sont devenus le centre du pouvoir idéologique et politique contemporain de notre nation. Avec cette nouvelle place des moyens d'information dans la structure du pouvoir contemporain, les règles et dynamiques traditionnelles selon lesquelles notre société, jadis, s'articulait, s'organisait et fonctionnait collectivement se sont modifiées. Ainsi, il s'est produit un changement profond dans la hiérarchie des pouvoirs qui composent l'architecture du pouvoir, et dans la mobilisation quotidienne de notre société, où les moyens d'information sont désormais le centre journalier du pouvoir politique, culturel, mental et spirituel de notre République: ces moyens se sont transformés en une nouvelle place publique et ont substitué les grands cerveaux collectifs qui dirigeaient la société.

D'où la nécessité, dans cette nouvelle période historique de passage en douceur à la démocratie, pour la société mexicaine de redéfinir quoi faire sur le terrain politique afin de créer un autre projet collectif de communication sociale qui fasse avancer la construction de la démocratie. Pour cela, il est capital d'effectuer une profonde réforme de l'État en matière de communication et de culture, réforme devant favoriser un fonctionnement public des industries culturelles qui soit, éthiquement et de manière responsable, orienté et supervisé par l'État et la société civile mexicaine, et pas seulement par les capricieuses dynamiques du marché.

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

Esta nueva ubicación estratégica de los medios de información en la jerarquía de las fuerzas que dirigen a la sociedad no se ha conquistado por voluntarismos, caprichos o juegos de retórica, sino por tres grandes transformaciones estructurales silenciosas que se han dado en las últimas décadas en el esqueleto de nuestra sociedad.

En primer término, la gran revolución de la infraestructura tecnológica de los canales de comunicación les permitió transformar aspectos netamente comunicativos, como son la obtención de ágiles potencialidades avanzadas para producir, difundir e internalizar datos y sentidos sobre nuestras conciencias. Así, en poco tiempo los medios alcanzaron una mayor cobertura en su difusión; una gran velocidad de transmisión de símbolos,

imágenes y sonidos; una enorme instantaneidad de difusión; una gigantesca capacidad de perfeccionamiento de sus lenguajes; una gran versatilidad semiótico-cultural; omnipresencia en las coordenadas geográficas; una gran penetración mental; un gran perfeccionamiento técnico de punta, y un fuerte poder de persuasión y movilización de los auditorios.

En segundo término, la modificación de realidades extracomunicativas en el seno de nuestras comunidades, como fue el cambio de distribución de la población entre campo y ciudad; la superconcentración demográfica en las ciudades; el incremento de la vivienda de tipo vertical (hogar en condominio) respecto de la horizontal (casa tradicional); la reducción gradual del espacio físico de la vivienda; la destrucción creciente de las áreas verdes por la expansión de las manchas urbanas; la incorporación de la mujer al terreno laboral; el incremento de la inseguridad en las ciudades, especialmente durante la noche; la crisis de las instituciones ético-morales (familia, escuela, iglesias, estructuras de identidad, etc.) y la caída de los sistemas de valores tradicionales, particularmente éticos, humanistas y religiosos en nuestro país, actuaron en conjunto como elementos muy importantes que permitieron que el poder de los medios se acentuara y adquiriera una fuerza pedagógica superior para socializar cotidianamente los campos de conciencia de la población.

Y finalmente, en tercer término, debido al enorme poder tecnológico-material que conquistaron los medios, su estructura de funcionamiento poco a poco rebasó los límites que fijó el gobierno y se organizaron como sectores de poder político casi autónomos que presionaron al Estado y a la sociedad, hasta el grado de crear un Estado dentro del Estado. De esta forma, su poder real superó la autoridad del Estado y se convirtieron en un poder autocrático sin control que puede juzgar a todos los grupos sociales, instituciones y sectores, sin que el interés por el bien común pueda ponerles límites y dirigirlos. Así, los medios, especialmente los electrónicos, paulatinamente dejaron de ser medios y se convirtieron en fines: dejaron de ser puentes para la comunicación entre los hombres y se transformaron en herramientas de poder para dirigir y controlar a los individuos.

Con la conquista de estas propiedades socio-tecnológico-político-materiales los medios de información se han convertido en las extensiones del hombre y de las instituciones y en consecuencia han construido una nueva zona de acción social: el espacio virtual. En este sentido, la emergencia de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías de información en México, no sólo representó la maduración del modelo de la *sociedad de la información* y la radical transformación de las superestructuras culturales de nuestras comunidades, sino que, básicamente, el fenómeno más relevante que produjo fue la expansión intensiva de la dimensión ideológica de la sociedad mexicana a una esfera más amplia y versátil. Esto es, en términos generales, con la presencia de los canales de difusión la sociedad mexicana en su conjunto sufrió una gran dilatación cultural, desde el momento en que las instituciones, los grupos o los individuos pudieron extender a distancia la realización de sus tareas o funciones específicas tradicionales, a través de las tecnologías de información y comunicación.¹

Así, el espacio público comprendido como el territorio libre, abierto y autónomo donde participan los individuos, los grupos y las instituciones según sus intereses y necesida-

¹ Una concepción intuitiva pero también idealista sobre la forma como la sociedad se modifica con la presencia de las tecnologías informativas, la encontramos de manera embrionaria en el pensamiento de Marshall McLuhan. Véase *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, México, Diana, 1979. Una crítica moderada al pensamiento de McLuhan puede consultarse en Gianpiero Gauraleri, *La galaxia de McLuhan*, España, ATE, 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, consúltese *Un solo mundo. Voces múltiples: comunicación e información en nuestro tiempo*, México, Fondo de Cultura Económica, 1985, pp. 31-36.

*con la presencia
de los medios de comunicación
lo que se transformó
en nuestra república,
a corto plazo, fue el esqueleto
ideológico de la sociedad
en su conjunto y, a largo plazo,
el del Estado mexicano*

des, se transformó sustancialmente con la existencia de los medios de información originando nuevas esferas públicas, según fueron las características y el impacto social que produjo cada nueva tecnología de comunicación que emergió en nuestro territorio. En este espacio público se dan acciones privadas y acciones públicas. Las acciones privadas responden a intereses particulares, la mayor parte de las veces mercantiles, y no están abiertas a todos los sectores. Las acciones públicas son colectivas y están abiertas a todos los sectores para discutir las realidades y problemas de conjunto. En este sentido, la revolución tecnológica de los medios de información convirtió a éstas en las herramientas básicas para construir lo público y actuar sobre la cosa pública.

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

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

El Estado, entendido como el conjunto de recursos administrativos, jurídicos, ideológicos, educativos, etc., que se destinan a gobernar y dirigir a la sociedad y conservar y reproducir el poder, se transformó con el surgimiento y la acción de las nuevas tecnologías de información. Históricamente esta dilatación del Estado no se inició con la presencia de las tecnologías de información, sino con la expansión material de la infraestructura propia de las primeras instituciones ideológicas, como fueron la familia, la Iglesia, las organizaciones culturales, la escuela, etc., que hicieron posible las primeras ampliaciones culturales del gobierno. Sin embargo, especialmente durante el siglo xx, con el desarrollo de estas nuevas herramientas informativo-culturales productoras de conciencia, los aparatos de hegemonía tradicionales sufrieron un desplazamiento sustancial del lugar central

² 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 de 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.

que ocupaban históricamente, para dar paso al surgimiento de una nueva ampliación del bloque en el poder, por medio de las modernas tecnologías de comunicación.

Por este motivo, el nacimiento de esta nueva zona del *Estado ampliado* se encuentra en íntima correspondencia con la evolución y organización que adoptó cada nuevo sistema y proceso de comunicación surgido en nuestro territorio: a mayor producción de máquinas culturales, mayor expansión del Estado ampliado; y a menor desarrollo de las tecnologías de comunicación, menor ampliación del Estado extenso. Así, observamos que la emergencia y desarrollo de todo medio de difusión o tecnología de información en nuestro territorio, a mediano y largo plazo, provocaron una nueva transformación o desdoblamiento del Estado ampliado y de la sociedad; de modo que éste adquirió las características propias de cada uno de estos apoyos técnicos.³

Debido a ello, es muy importante subrayar que cuando se habla de medios, no se está hablando de simples acciones de esparcimiento, información, actualización o empresas, sino que, en última instancia, se habla de la transformación del espacio público y, en consecuencia, de la construcción de la estructura del Estado ampliado y de la *sociedad extensa*, a través del espacio virtual.

De esta manera se fue creando paulatinamente una sociedad mediática que produjo una nueva atmósfera cultural colectiva de naturaleza *virtual* o "comunicósfera", que ocasionó que el conjunto de las principales instituciones de gobernabilidad ahora funcionaran a distancia por intermediación de los canales de información, especialmente electrónicos y las nuevas tecnologías de información. En este sentido, la casi totalidad de las instituciones tradicionales como la escuela, los partidos políticos, el Congreso, la Iglesia, las secretarías de Estado, las empresas, los órganos de gobierno, los movimientos sociales, las dinámicas comunitarias, etc., buscan proyectarse y ampliarse por vía de los medios de información, asumiendo las reglas mediáticas que imponen éstos, ya que lo que no aparece en los medios muy difícilmente existe en la conciencia colectiva: los medios se convirtieron en el epicentro cultural, ideológico y espiritual de la sociedad mexicana de principios del nuevo milenio.

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

Con ello, el funcionamiento de los medios atravesó la operación práctica de todas las instituciones sociales básicas para la dirección del país, al grado de sustituir en algunos periodos, o reubicar en otros, a los órganos de administración social más débiles o que están en crisis de funcionamiento y legitimación. Por ejemplo, ante la baja de credibilidad de la población en los partidos políticos, los órganos públicos y las iglesias, la capacidad persuasiva y seductora de los medios ha construido nuevas credibilidades y hegemonías

³ Para revisar las transformaciones que ha experimentado el Estado ampliado mexicano a lo largo de cuatro fases históricas de evolución, consúltense nuestros trabajos "Internet y la transformación del Estado", Octavio Islas y Fernando Gutiérrez (coords.), en *Internet: el medio inteligente*, varios autores, México, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, campus Estado de México/Editorial Grupo Patria Cultural, 2000, pp. 201-215; "Internet y el Estado ampliado", *Etcétera*, núm. 12 y "Una ventana al mundo de los medios", *Nueva Época*, México, Análisis, Ediciones y Cultura, octubre, 2001, pp. 56-62.



sólo por encima de la voluntad de los demás sino, más grave aún, a imponer a la autoridad legítima una autoridad impune. Condiciona, impone, reglamenta, elimina impuestos, orienta y hasta *informa* a la sociedad acerca de las políticas de comunicación. Antes negociaban, hoy parecen estar por encima de ello, ya no lo requieren, se impone al poder del gobierno, quien parece estar a su disposición. Antes, las televisoras estaban al servicio del Presidente, ahora el Presidente está al servicio de las televisoras”.⁶

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

Derivado de lo anterior constatamos 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. En este sentido, las aspiraciones del pueblo, los anhelos del país que queremos ser y la visión del mundo y de la vida se

⁴ Javier Corral Jurado, *Mediocracia sin mediaciones*, “Rotafolio”, *El Universal*, 20 de enero de 2003.

⁵ Javier Corral Jurado, *Pluralidad: acceso y competencia*, V Conferencia Internacional “Los medios electrónicos en el marco de la reforma del Estado en México”, VIII Legislatura, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, Universidad Iberoamericana, Fundación Konrad Adenauer-Stiftung, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Universidad Autónoma Metropolitana, Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), Salón Verde, Palacio Legislativo, México, 27 a 29 de mayo de 2002, versión estenográfica, p. 19, <http://www.cddhcu.gob.mx/servddd/versesst/2ano/comisiones/rtc-3.htm>.

⁶ Javier Corral Jurado, *Mediocracia sin mediaciones*, “Rotafolio”, *El Universal*, 20 de enero de 2003.

basadas en estrategias de seducción de mercado cuyo termómetro de éxito ha sido el *rating*.

De este modo, “los grandes consorcios televisivos, cada vez más, sustituyen a las instituciones tradicionales en el papel protagónico en los procesos de socialización y construcción de espacios clave de la política”.⁴ Incluso en el periodo de transición pacífica a la democracia, donde se han movido las viejas estructuras de orden y control para dar paso a la apertura social, ante el acotamiento del tradicional poder unipersonal del poder ejecutivo y la falta del nuevo gobierno de una firme política de conducción nacional eficiente, se ha creado una crisis institucional y de gobernabilidad que ha generado vacíos de poder que gradualmente han ocupado los medios de información para dirigir la sociedad.⁵ En este sentido, “el poder comunicativo actualmente acompañado por las políticas del gobierno tiende a imponerse no

construyen en la nación lenta, cotidiana y eficazmente a través del contenido de la programación de los sistemas de comunicación colectivos.

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

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

En este sentido, y a diferencia de los siglos anteriores, con la presencia de la revolución informática, la sociedad de la información y las nuevas características con que los medios de difusión transformaron los procesos para producir, difundir e inculcar la información en los públicos, el siglo xx se convirtió en un siglo corto, pues se redujeron los tiempos de conocimiento de la realidad, las distancias y velocidades de interacción entre los hombres. Se fue reforzando cada vez más la instantaneidad como forma de vida, particularmente urbana.

Así, independientemente de los desequilibrios sociales que se dieron a principios del siglo xx, porcentualmente la sociedad mexicana era más lectora y racional, y cien años después, con la presencia de las industrias culturales, especialmente de los canales electrónicos, la sociedad se transforma en más visual y hedonista. De esta forma, lo oral se cambia por lo visual: lo lento por lo instantáneo; lo reflexivo por lo placentero; lo argumentativo por lo sintético, hasta el extremo *light*; la anemia informativa por la abundancia cibernética, la experiencia directa por la *tele-realidad* o *videovida*, la memoria social por la agenda *setting* que produce la memoria autista, lo aislado por lo simultáneo, lo nacional por, lo global, etc. (cuadro 1).

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 sí mismos y del futuro de la nación. En la actualidad, son las redes de televisoras y radiodifusoras las que llegan permanentemente a la mente de los mexicanos y los informan o los deseducan sobre la conducta a seguir en la sociedad contemporánea en que les corresponde vivir.⁷

De esta manera, los espacios cotidianos de relación simbólica que permanentemente producen los aparatos cotidianos de comunicación entre emisores y colectividades, son la principal arena social donde diariamente se construye o destruye, mental y afectivamente, la sociedad mexicana y el Estado. Por consiguiente, podemos afirmar que en la sociedad mexicana del 2000, a menudo las batallas políticas o sociales se ganan o pierden cada vez más en los medios de comunicación colectivos que en otras áreas. Con ello, a principios del tercer milenio la hegemonía social, es decir, el principal trabajo masivo de *convencimiento*, *asentimiento* y *dirección social*, se logra pacíficamente vía los medios de comunicación colectiva y no mediante otros aparatos ideológicos de gobernabilidad. Los medios y su producción simbólico-cultural se convirtieron en el principal cemento eficiente que articula o desarticula cotidianamente a los grupos sociales.

⁷ Armando Labra, *La legislación mexicana en radio y televisión*, 1a. reimp., México, Universidad Autónoma Metropolitana (Colección Ensayos), 1989, p. 7.

CUADRO 1. Cambios de funcionamiento de la sociedad mexicana con la presencia de los medios de información a principios del siglo xx y siglo xxi

Características del funcionamiento social a principios del siglo xx	Características del funcionamiento social a principios del siglo xxi
Sociedad oral-lectora	Sociedad visual
Atmósfera racional	Ambiente hedonista
Generación de escuchar-pensar	Generación de ver-sentir
Tradición oral	Prácticas virtuales y sensitivas
Vínculos de calidez humana	Vínculos humanos más fríos y virtuales
Dinámica cultural lenta	Dinámica cultural vertiginosa e instantánea
Reglas de la lógica	Reglas de lo dramático
Predomina la argumentación	Domina la síntesis
Anemia informativa	Abundancia informativa
Experiencia directa	Conocimiento indirecto: tele-realidad o videovida
Fuerte memoria social	Débil memoria colectiva y autista
Estructuras de información aisladas	Estructuras de comunicación simultáneas y en redes
Local y regional	Nacional y global

En la actualidad debemos tener presente que en nuestro país, frente a la tradicional acción del sistema escolar y religioso, los medios se han convertido en la principal red cultural y educativa capaz de cambiar, con mayor rapidez y agilidad, los valores, las actitudes, los hábitos y las conductas de los receptores. En una idea, dirigen la cultura cotidiana en cada periodo histórico y social. Es decir, los medios se han transformado en los principales mediadores culturales, a través de los cuales se articula ideológicamente a nuestra sociedad, y se han convertido en las principales instituciones organizadoras colectivas de la historia y la vida moderna de México.

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

Pero esta mediación central que ejercen los medios no significa, en ningún momento, que su capacidad de persuasión sea tan aplastante u omnipotentemente eficaz como para convertir en socialmente dominante cualquier mensaje o sentido transmitido por éstos y mecánicamente doblegar las conciencias y las acciones de todos los ciudadanos que son tocados por la infraestructura mediática de las industrias culturales.⁸ La capacidad de convencimiento de los medios y en particular de la televisión tiene límites de competencia muy precisos, de los cuales mencionaremos los tres siguientes:

⁸ Javier Esteinou Madrid, *Hacia la primavera del espíritu nacional: propuesta cultural para una nueva televisión mexicana*, México, Programa Cultural de las Fronteras/Fundación Manuel Buendía, 1989, pp. 37-39.

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

Segundo, la habilidad seductora de los medios nunca puede rebasar el peso de la realidad que enfrentan los espectadores, pues siempre las circunstancias de sus vidas concretas son más fuertes que el poder simbólico que alcanza la información y las imágenes que se difunden: la realidad y la experiencia personal es más fuerte que la producción simbólica y virtual de los medios. En este sentido, es necesario subrayar que los medios no sustituyen la dinámica económica, política, social y existencial de los hombres, sino que la apoyan o debilitan con base en los proyectos globales que existen detrás de éstos. De lo contrario, sobrevaloraríamos el papel de éstos al otorgarles fantiosamente una absoluta capacidad transformadora, cuando sólo son tecnologías mediadoras muy perfeccionadas de representación y conocimiento de la realidad.

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

De este modo, no obstante que los medios de difusión no son instituciones lo suficientemente poderosas como para producir efectos automáticos sobre los auditorios, gracias a las evolucionadas capacidades materiales que han alcanzado poseen suficientes habilidades tecnoideológicas efectivas, históricamente comprobadas, para crear y cambiar las formas de pensar y actuar, y para imprimir fuertes direcciones sociales a los campos de conciencia de los mexicanos: su principal poder es virtual y mediático y de aquí se derivan otras influencias económicas, políticas, mentales y espirituales sobre la sociedad. Dichas tendencias se generan a través de la práctica de la *agenda setting*, que es la capacidad informativa y pedagógica que despliegan los medios de información para centrar cotidianamente la atención de los diversos públicos en sólo algunas realidades y no en otras, por medio de políticas de información o de programación. Con ello, de forma silenciosa, permanentemente construyen una jerarquía del conocimiento de la realidad, de los valores, de la política, de la cultura, de la historia y de la vida que se convierte en un marco fundamental de referencia y de acción que articula a los ciudadanos. Así, la *agenda setting* se ha transformado en una de las principales herramientas comunicativas para construir diariamente la hegemonía social en México.



En este sentido, la construcción o destrucción de la realidad masiva cotidiana, es decir, de lo que existe o no existe, de lo que es bueno o es malo, de lo que hay que recordar o hay que olvidar, de lo que es importante o no, de lo que es verdad o es mentira, de lo que es visible o invisible, de lo que son valores o antivalores, de lo que es la opinión pública o de lo que no es, de lo que es virtuoso o no, de lo que hay que hablar o hay que silenciar, de lo que hay que admirar o rechazar, de lo que es el éxito o el fracaso, etc., se elabora, cada vez más, especialmente en las grandes ciudades, desde los medios colectivos de difusión.

Así, el peso de los canales de información masiva sobre la conformación mental de la sociedad es tan acentuado que podemos decir que la realidad no son los medios de información, pero que contribuyen sustancialmente a construir la realidad central que reconoce la mayor parte de la población. No son la política, pero hoy día no se puede hacer política sin la acción persuasiva de los sistemas de información colectivos. No son el aparato jurídico, pero hoy día los medios se han convertido en los *tribunales electrónicos* que linchan o absuelven a las figuras públicas antes de que el Estado recurra a los procesos constitucionales de oficio. No son los partidos políticos, pero producen mayor caudillismo electrónico que toda la capacidad proselitista directa que realizan las organizaciones políticas. No son la única fuerza de modelación social, pero ellos nos orientan

*[los medios] no son la única
fuerza de modelación social,
pero ellos nos orientan
mentalmente para ver
fundamentalmente
hacia el norte y no hacia el sur
del continente*

mentalmente para ver fundamentalmente hacia el norte y no hacia el sur del continente. No son la economía, pero ninguna economía contemporánea puede funcionar sin la cultura de consumo que producen los medios de información, vía su práctica publicitaria. No son la moral, pero ellos indican qué se puede tolerar y qué se puede reprimir. No son los sentimientos, pero en la actualidad el campo emocional de los grandes grupos se mueve al ritmo de la programación de los medios. No son la geografía, pero hoy aprendemos las coordenadas geográficas fundamentales a través de la programación de los medios.

No son el pensamiento, pero nos dicen qué pensar y cómo pensar. No son la memoria del país, pero hoy día la agenda del recuerdo social cotidiana se construye progresivamente desde los medios de difusión de masas. No son la imaginación, pero son las instituciones con mayor capacidad simbólica para crear y reproducir los imaginarios sociales. No son la dinámica social, pero los conglomerados humanos se articulan o desarticulan a partir de la información que distribuyen los medios. No son la historia, pero ellos reconstruyen la historia central de las naciones, etc. En pocas palabras, son como el oxígeno, no lo son todo, pero sin la presencia de éste no puede existir la vida.

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

Incluso, profundizando sobre la tarea histórica de socialización que realizan los canales de difusión, podemos decir que debido a su capacidad altamente educativa y persuasiva sobre los campos de conciencia de los individuos, al final del milenio los medios de difusión no sólo son el centro del poder político contemporáneo, sino que además son, cada vez más, instituciones muy importantes de conformación del sistema nervioso y del cerebro social. Dicha conformación es diferenciada según la acción de cada tecnología escrita o audiovisual que impacta el cerebro individual o social.

De esta manera, los medios se han convertido en herramientas fundamentales para construir un determinado tipo de ser humano y para humanizarlo o deshumanizarlo (cuadro 2).

En este sentido, los medios, cada vez más, son elementos medulares del proceso de construcción y reproducción social del cerebro humano colectivo, y por lo tanto, de conformación de la humanidad. De este modo, desde el punto de vista físico, el desarrollo tecnológico-institucional que han alcanzado los medios de información colectivos es equivalente al desarrollo neuronal del nuevo cerebro social colectivo. Por lo tanto, el acelerado desarrollo tecnológico de los medios equivale al rápido desarrollo del infratejido tecnológico-neuronal de la sociedad.

Aunque el proceso de asimilación cerebral de la realidad es por demás complejo e insuficientemente conocido en el plano neurológico, en principio puede decirse que la información que llega a la corteza cerebral es procesada de forma especializada y diferenciada por el hemisferio derecho y por el hemisferio izquierdo y que genera funciones humanas diferentes. En el hemisferio izquierdo se concentran las operaciones del orden jerárquico; el conocimiento cuantitativo, racional, detallado, deductivo; la lógica deductiva, formal, secuencial; la inteligencia crítica, previsor, calculadora, la visión de profundidad; el comportamiento activo; el lenguaje, la comunicación verbal; el carácter controlado, dominante, la iniciativa; la relación mundana con el mundo; la experiencia de vida en el presente, etc. En el hemisferio derecho se concentran las funciones de la percepción abstracta; el conocimiento cualitativo, sensorial, acústico, artístico, simbólico; la lógica holística, sintética, creativa, intuitiva; el gozo, el disfrute, el hedonismo; la comunicación gestual; la expresividad espacial y musical; el carácter receptivo, emocional, tranquilo; la relación espiritual con el mundo, la experiencia de vida astral, etc. (cuadro 3).

Esto significa que la construcción de la conciencia, la cultura, la identidad, los valores cotidianos, en una idea, la visión de la vida diaria colectiva, cada vez más, se elabora a través de los medios de información y no mediante instituciones como las células familiares, la escuela, la Iglesia, los círculos culturales, el aparato burocrático o los partidos políticos. Es decir, si a principios del siglo xx la realidad colectiva se conocía de manera más directa, a finales del siglo xx y comienzos del XXI progresivamente conocemos más la realidad a través de las mediaciones que aportan los medios de información y no vía otras instancias de socialización mental.

En este sentido, contrariamente a lo que han afirmado diversos sociólogos y analistas en el sentido de que la población mexicana del siglo xx dejó de ser religiosa para convertirse en secular, la acción de los medios, especialmente de la televisión, nos convirtió todos los días en ciudadanos de práctica intensiva de la fe, pues delegamos un altísimo poder de credibilidad a lo que reflejan o informan los medios, sin la comprobación directa de los hechos por nuestra parte. En este sentido, cada vez más, somos la generación de las *telecreencias* y las *televerdades*. Ello ha dado pie a que en la etapa de la modernidad

CUADRO 2. *Áreas cerebrales que impactan los distintos medios de información*

Medio de información colectiva	Hemisferio cerebral predominante donde impacta
Prensa	Hemisferio izquierdo
Radio	Hemisferio derecho
Cine	Hemisferio derecho
Televisión	Hemisferio derecho
Internet	Hemisferios izquierdo y derecho

CUADRO 3. *Funciones humanas que desarrolla predominantemente cada hemisferio cerebral*

Niveles de funcionamiento cerebral	Hemisferio izquierdo	Hemisferio derecho
Lado del cuerpo que controla	Lado derecho del cuerpo	Lado izquierdo del cuerpo
Tipo de percepción	Percepción del orden o jerarquías significativas	Percepción de formas abstractas
Tipo de conocimiento	Cuantitativo	Cualitativo
	Racional	Sensorial
	Visual	Acústico
	Lineal	Artístico
	Detallado	Simbólico
	Registro complejo de secuencias motrices	Registro de figuras complejas
Tipo de lógica	Lógica deductiva, matemática	Lógica global
	Analítica	Sintética (Gestalt)
	Comprensión secuencial	Comprensión simultánea
	Ordenada	Creativo-intuitiva
	Objetiva	Subjetiva
Tipo de inteligencia	Intelectual	Intuitiva
	Crítica	Creativa
	Precisión y cálculo	Contextualización
	Concentración y planeación	Gozo y disfrute
	Visión de profundidad	Visión holística
Tipo de acción	Comportamiento activo	Disfrute, hedonismo
Tipo de comunicación	Leer, escribir, nombrar	Reconocimiento facial, gestualidad
Tipo de expresividad	Lenguaje/verbal	Espacial/musical
Tipo de carácter	Activo	Receptivo
	Controlado	Emocional
	Dominante	Sumiso (tranquilo)
Tipo de relación que se establece con el mundo	Mundana	Espiritual
Experiencias extracorporales	Experiencia de vida en el presente	Cognición espacial, experiencia de viajes astrales*

* Recientemente científicos suizos del Hospital Universitario de Ginebra descubrieron que al estimular la circunvolución angular del lado derecho de la corteza cerebral de una mujer epiléptica, se activaba la cognición espacial que genera las experiencias extracorporales denominadas viajes astrales. Dichas experiencias están relacionadas con la forma como se visualiza el cuerpo, con las sensaciones del tacto, y del equilibrio para crear la representación mental del cuerpo. Este fenómeno permitió que la paciente Olaf Blanke "sintiera por segundos que su cuerpo flotaba tan ligero sobre su cama más de dos metros y mirara desde esa altura sus piernas acortarse y sentir que se golpearía la cabeza si doblaba el brazo un poquito". "Descubren zona astral del cerebro", *Crónica*, México, 20 de septiembre de 2002, p. 26.

los sacerdotes, que guían espiritualmente a la sociedad, ya no sean los tradicionales curas de las iglesias, sino los sacerdotes de la *nueva fe mediática*: los conductores y los artistas de los medios de información.

Esto ha permitido que nuestra existencia, especialmente en las ciudades, esté rodeada del fenómeno mediático que ha dado origen a la *videovida*. Esto es, nuestra existencia cotidiana, cada vez más, está atravesada por la red de interrelaciones y sentidos que construyen los medios. Así, en los pocos espacios de contacto interpersonal que sobreviven en nuestras deshumanizadas urbes, la propuesta de la mentalidad posmoderna ha partido del principio que señala que para que todo espacio social de comunicación, público o privado, sea moderno debe de estar atravesado por el complejo audiovisual, pues de lo contrario será atrasado o anacrónico. En la medida en que nuestras vidas estén rodeadas de tecnologías, especialmente audiovisuales, se demostrará el grado de progreso, avance y actualización personal y grupal que se ha alcanzado.

Así pues, tratando de huir de la contradicción existente entre lo tradicional y lo moderno en el campo de la cultura y la información que ha impuesto la lógica de la globalización, y tratando de resolverlo desde la concepción pragmática que señala que lo reciente, lo inmediato, lo rápido, lo nuevo y lo actual es lo moderno, y no lo pasado, lo antiguo, lo tradicional, lo viejo o lo lento ha surgido en las principales ciudades de México la realidad de la *videovida*. Dicho fenómeno emergió como una fiebre tecnológico-cultural moderna que ha atravesado todas las actividades cotidianas de nuestra existencia y se caracteriza por penetrar todos los espacios, públicos y privados, de nuestra cotidianeidad, con las mediaciones audiovisuales y el universo de mensajes fragmentados que de éstas se derivan.

De este modo, en los reducidos momentos de diálogo, reunión y encuentro personal que quedan en nuestros deteriorados mapas urbanos, la intervención de los *comunicadores profesionales progresistas* ha consistido en dar el tiro de gracia a estos resquicios de vida para convertirlos en zonas de pasatiempo posmodernas. De esta manera, hemos transformado la recámara en *video recámara*, la taquería en *video taco*, el bar en *video bar*, la pizzería en *video pizza*, la discoteca en *video discoteca*, la conferencia en *video conferencia*, el restaurante en *video gourmet*, la sala de espera en *video sala*, el camión en *video bus*, el metro en *video metro*, el avión en *aéreo video*, el elevador en *video elevador*, el banco en *video banco*, la Iglesia en *video Iglesia*, la plaza en *video plaza*, el estadio en *video estadio*, la plaza en *video plaza*, la caseta telefónica en *video teléfono*, el domingo en *video domingo*, la conversación de sobremesa en *video plática*, el deporte en *video deporte*, la ceremonia en *video ceremonia*, las atracciones en *video show*, la vigilancia en *video seguridad*, la guerra en *video guerra*, la misa en *video misa*, el gobierno en telecracia, la política en *video política*, la muerte en *video espectáculo* (sólo faltan el *video sanitario* y el *video funeral*, que no tardan en surgir), etc., propiciando, una vez más, la distancia y el desencuentro entre las personas con su consecuente estado de creciente oscuridad humana.

Incluso esta concepción *moderna de la comunicación* ha oscilado a tales extremos que, por ejemplo en México, algunos de los principales jardines del Distrito Federal se han convertido en *video jardines* donde es posible ver a través de pantallas gigantes de televisión eventos como la pelea del *Macho Camacho*, el Mundial de Fútbol, la visita del papa, el Concurso Miss México, los debates políticos entre los diversos candidatos a la presidencia de la república, los informes presidenciales, los campeonatos de fútbol, la celebración del cambio de milenio, la final del Super Bowl, los inicios de las guerras, etc., restándoles su carácter de zonas de tranquilidad y de armonía con la naturaleza.

De esta manera, la relación con el complejo de las redes del video en las ciudades sustituye el espacio de encuentro y contacto humano con el otro en la plaza pública, en el parque, en la alameda, en el quiosco, etc., produciendo la *videovida* como nuevo encuadre del acercamiento interpersonal. Nos convertimos, cada vez más, en una sociedad que no puede existir sin las mediaciones de los medios: cada vez más, sólo se sobrevive

socialmente si se está en contacto con la videovida. Así, ha surgido el famoso *homo videns* y el *mexicano videns* que caracteriza el inicio del siglo *xxi* en México y el mundo.

Paradójicamente, intentando producir dinámicas de comunicación con todo el arsenal de tecnologías informativas con que contamos al terminar el siglo *xx*, esta práctica urbana posmoderna ha transformado progresivamente dichos espacios, y otros más, en áreas de incomunicación humana, al suprimir su ambiente de privacidad, cercanía y de individuación y convertirlos en espacios de la ideologización del dinero y del poder.

El alto grado de penetración de las industrias culturales en la vida cotidiana de los mexicanos permitió que, por ejemplo, en 1998 existieran 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 existían 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). 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.⁹

la proliferación de esta gran infraestructura informativa en el país contribuyó a modificar sustancialmente los hábitos culturales de la vida cotidiana de los mexicanos

La proliferación de esta gran infraestructura informativa en el país contribuyó 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 eran los habitantes que más veían televisión en todo el continente americano, con un promedio diario superior a las 4 horas.¹⁰ Así, al final del milenio la población mexicana se ha transformado de una cultura de lectores a una cultura de televidentes, de lo cual se derivó un peso sustantivo de los medios audiovisuales en la forma-

ción de sus valores, gustos, actitudes, opiniones, deseos, conductas, mentalidades y visiones de la vida; es decir, en la formación y operación de sus cerebralidades y emocionalidades.

Esta asombrosa expansión tecnológico-material de los medios de información creó a principios del siglo *xxi* una sociedad mexicana altamente mediatizada en sus procesos colectivos de interacción, la cual cambió radicalmente las formas tradicionales de convivencia, organización, participación e inserción comunitarias. De aquí la importancia central de efectuar una profunda reforma del Estado en materia de comunicación y cultura colectiva que permita que el funcionamiento público de las industrias culturales se encuentre ética y responsablemente orientado y supervisado por el Estado y la sociedad civil mexicana y no sólo por las caprichosas dinámicas del mercado que ha introducido la globalización contemporánea.

⁹ *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, México, mayo, 1998.

¹⁰ Un estudio reveló que los mexicanos son los que más tiempo pasan frente a la televisión en América, *Crónica*, 7 de abril de 1998; "Los mexicanos pasan más horas frente a la televisión", *El Nacional*, 7 de abril de 1998.