



Espacios Públicos

ISSN: 1665-8140

revista.espacios.publicos@gmail.com

Universidad Autónoma del Estado de México
México

Esteinou Madrid, Javier

El control de los medios de información y la reforma del Estado en México

Espacios Públicos, vol. 11, núm. 21, febrero, 2008, pp. 222-239

Universidad Autónoma del Estado de México

Toluca, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67602112>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

El control de los medios de información y la reforma del Estado en México

Fecha de recepción: 14 de marzo de 2007

Fecha de aprobación: 27 de abril de 2007

*Javier Esteinou Madrid**

RESUMEN

No obstante que a principios del siglo XXI los medios de información, especialmente electrónicos, utilizan el espacio aéreo, un bien limitado propiedad de la Nación, para operar en el terreno cultural de la sociedad mexicana, su funcionamiento no ha permitido la participación de los grandes grupos sociales. Así, pese a que actualmente la sociedad mexicana ya alcanzó los 110 millones de habitantes, y no obstante que, en última instancia los grupos básicos que sostienen a nuestra nación son los que financian el funcionamiento de los medios electrónicos, la mayor parte de estos sectores básicos no tienen acceso a estas tecnologías culturales para exponer colectivamente sus necesidades e incorporarse a los procesos de gestión pública del país.

Debido a ello, estas instituciones mediáticas continúan desvinculadas del análisis sistemático de los grandes obstáculos que impiden el desarrollo nacional y de la difusión constante de las posibles alternativas de solución para cada rama de nuestro crecimiento interno. Así, podemos decir que los medios electrónicos, especialmente la televisión, siguen funcionando como cerebros colectivos divorciados de las necesidades de nuestro cuerpo social. De aquí la necesidad urgente de modificar el viejo pacto social de comunicación que existe entre el Estado mexicano y los concesionarios de los medios de comunicación, y mediante la refor-

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

ma del Estado, construir una nueva relación trilateral abierta, democrática, plural, equilibrada e incluyente entre Estado, concesionarios y sociedad, que permita que los ciudadanos participen colectivamente, para contribuir a enriquecer el espacio público y crear una cultura civilizatoria superior que nos permita sobrevivir pacífica y humanamente en nuestro país.

PALABRAS CLAVES: participación comunicativa, marginamiento cultural, derechos comunicativos, modelo de comunicación, reforma comunicativa, transformación del Estado.

ABSTRACT

Although at the beginning of the XXI century the information media, specially the electronic ones, use the air space, which is a limited asset and it is of national property, to work on the Mexican society cultural field, its functioning has not allowed the participation of large social groups on them. In spite that currently Mexican society reached the 100 millions of people and that the social groups who sustain our nation are the ones who financially support the operation of electronic media, the majority of these groups do not have access to participate in these cultural technologies to collectively present their needs and to get involve in the public administration processes to rule the country.

Due to that, these media institutions continue to be inarticulated from the

systematic analysis of the great obstacles which impede our national development and the constant spreading out of possible solution alternatives for each one of the branches of our internal growth. We can say that the electronic media, specially the television, continue functioning as collective brains divorced from the needs of our social body. This points to the urgent need to change the old communication social pact between the Mexican state and the communication media sponsors. Through a state reform as well we have to build a new trilateral, open, democratic, plural, equilibrium and including relationship between the state, the sponsors and the society, which would allow that the citizens participate collectively to contribute to enrich the public space and create a higher civilizatorian culture which allows us to survive peacefully and humanly in our country.

KEY WORDS: communicative participation, cultural margination, communicative rights, communication model, communicative reform, state change.

LA CONCENTRACIÓN MEDIÁTICA EN MÉXICO

Debido a las nuevas capacidades tecnológico-materiales que durante el siglo XX y principios del siglo XXI conquistaron los medios de información colectivos,¹ 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. 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; a principios de 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 que existe en nuestra sociedad.

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.²

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 necesidades, 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 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 los convirtió en herramientas básicas para construir lo *público* y actuar sobre la *cosa pública*.

No obstante que desde principios del siglo XXI los medios de información, especialmente electrónicos, utilizan el espacio aéreo que es un bien limitado, propiedad de la nación, y que gradualmente se han convertido en el centro del poder contemporáneo, su operación no ha funcionado en espacios neutros o independientes, sino se ha vinculado a las necesidades de reproducción de nuestra sociedad en vías de industrialización, de globalización y de conservación del poder tradicional. Dentro de este marco estructural, el margen de participación de los movimientos sociales a través de los medios de comunicación no ha sido monolítico; sino que ha oscilado formando una gama

de intervenciones desde las cerradas, hasta las abiertas y variando de 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 prin-

cipios de siglo hasta la fecha para expresar sus intereses y demandas, se concentra con gran peso en los medios impresos y se cierra casi por completo en los canales electrónico particularmente, audiovisuales (cuadro 1).

Cuadro 1

DIAGRAMA DE PARTICIPACIÓN DE LOS MOVIMIENTOS SOCIALES EN MÉXICO
A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

MAYOR APERTURA A LA PARTICIPACIÓN SOCIAL			MENOR APERTURA A LA PARTICIPACIÓN SOCIAL		
(+)			(-)		
Medios impresos	Nuevas tecnologías ligeras	Cine	Radio	Televisión y video	Nuevas tecnologías pesadas
(Prensa, revistas y folletos)	(Videocasete, computadoras personales, CD, etc.)				(Satélites de comunicaciones)

De esta forma, la naturaleza social de los medios de comunicación desde un principio quedó determinada por la presencia de 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 alcanzó su mayor esplendor en el caso de la televisión mexicana, tanto pública como privada, pues es el medio que más ha sido monopolizado por el poder nacional, al grado de que, a través de éste se ha construido otro proyecto cultural contrario al de los grandes grupos que sostienen nuestra nación.

En este sentido, y derivado del condicionamiento estructural, por ejemplo, la televisión mexicana surgió en la década de los años cincuenta adoptando el modelo

comercial de desarrollo de la televisión norteamericana, enmarcando mayoritariamente su funcionamiento bajo el régimen de concesión privada que conserva hasta nuestros días. Dicho modelo se caracterizó por ser:

...uno de los sistemas más concentradores y monopolísticos del mundo por su fuerte discrecionalidad, al grado que a principios del siglo XXI las reglas que existen son las de un duoplio asimétrico con un jugador predominante que es Televisa. Así, el grupo Televisa cuenta con 306 estaciones de televisión que abarcan el 80% del auditorio nacional y el 70% de todos los presupuestos de publicidad en México. Televisión Azteca posee 180 estaciones, acaparando el 20% del auditorio y el 30% de la publicidad; y el resto de las empresas tienen que sobrevivir con las migajas que quedan. Con ello, estas dos empresas de televisión generaron una problemática de concentración de medios en la misma ciudad, propiedad cru-

zada de medios, monopolización de las cuotas de producción nacional y el acceso a producciones independientes en los horarios de mayor audiencia, la relación con los inversionistas extranjeros y el control de los topes de mercado para ser explotados por estaciones de una sola empresa, la imposibilidad de participación de la sociedad en la revocación o refrendo de las concesiones, la renta de estaciones, la concentración de todas las formas de producción y distribución de la programación en México en una compañía mayoritaria, el desperdicio escandaloso de canales dedicados a la reventa de señales de formatos y programación extranjera, etcétera (Zabludovsky, 2002: 211-212).

En cuanto a la radio comercial, 76% del sector se encuentra en manos de 14 familias y sólo cuatro grandes cadenas aglutinan casi la mitad del total de las emisoras (47.8%). Realidades que son impensables en otros países (Cfr. *El Universal*, 7/03/2003 y CIDH, 2003: 45).

EL MARGINAMIENTO CIUDADANO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS

Dentro de este esquema mercantil y de desigualdad comunicativa, la televisión nacional se desarrolló y alcanzó, hasta ahora, su mayor dinámica de expansión e influencia sobre la cultura nacional. Sin embargo, contraria y paralelamente a esta realidad comercial privada, aparece de manera muy tardía, a finales de los años sesenta, la televisión pública en nuestro territorio. Su lenta incorporación al panorama cultural de la nación, provoca que ésta emerja y madure con una

personalidad social poco definida, con menor experiencia audiovisual, reducido apoyo económico, bajo nivel de credibilidad en el auditorio, proyecto cultural confuso, mayores presiones burocráticas, menor cobertura geográfica de influencia, grandes contradicciones en sus líneas de dirección, etcétera.

Es por ello que, dentro de un clima de agotamiento de nuestro tradicional modelo de crecimiento hacia adentro y de incorporación intensiva de nuestra economía a los procesos de globalización mundial, nos preguntamos ¿Qué han hecho las empresas electrónicas de comunicación nacionales para permitir que en las últimas décadas los grupos sociales expongan colectivamente sus necesidades fundamentales y participen a través de éstos en los macroprocesos de dirección del país?

En términos generales, podemos decir que en comparación con décadas anteriores las empresas de comunicación electrónicas han conquistado algunos avances importantes en el terreno administrativo, financiero, cultural, legal, tecnológico, reorganizativo, etc. También podemos decir que, no obstante los éxitos materiales y empresariales alcanzados, salvo algunas excepciones, la información que ha producido y difundido este proyecto cultural de comunicación, no ha permitido la expresión de las necesidades de los grandes grupos sociales a través de ésta; y en consecuencia, no se ha dedicado sustantivamente a crear conciencia sobre los principales problemas que debemos resolver para sobrevivir.

Así, observamos que a pesar de que en la actualidad la sociedad mexicana ya alcanzó los 110 millones de habitantes y, 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 y exponer colectivamente sus necesidades e incorporarse a los procesos de gestión pública del país, vía esta tecnología cultural.

En este sentido, constatamos, por ejemplo, que las organizaciones campesinas no cuentan con espacios televisivos para, desde éstos, solicitar apoyos crediticios a fin de 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, etc. 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 sus grupos, etcétera.

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, salvo en los períodos electorales, etc. Los numerosos grupos indígenas fundadores desde hace milenios de nuestro territorio y cultura, todavía, en el siglo XXI, no tienen ningún espacio en la televisión para expresar sus necesidades, dolor, marginación y tristeza, generados desde hace 500 años con la

conquista española y las subsecuentes reconquistas nacionales, etc. En este sentido, ni la “Marcha por la paz” realizada en 2001 por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) desde el corazón de la selva chiapaneca hasta el centro del país, logró conseguir que el Senado de la República aprobara en los Acuerdos de San Andrés Larrainzar que las etnias contaran con medios de comunicación propios (Esteinou, 2001b: 42-48; y Esteinou 2001c: 41-47).

No obstante que actualmente vivimos una fase de gravísimo colapso ambiental en el Valle de México y el resto del país por la profunda relación destructiva que mantenemos con la naturaleza, los movimientos ecologistas, no cuentan con espacio de las redes nacionales de televisión para difundir su labor en pro de la defensa de la vida y crear culturas sustentables. Los sectores magisteriales, pese a que sobre ellos descansa la operación de la formación del capital cerebral del país, a través de su 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.

Otras células básicas como son los organismos no gubernamentales: las iglesias, los movimientos urbanos, los productores agropecuarios, la mayoría de las universidades o centros de educación superior, los transportistas, los grupos de amas de casa las asociaciones de padres de familia, los grupos de colonos, los estudiantes, los profesionistas, etc. tampoco disponen de

espacios en las pantallas para plantear y discutir sus problemáticas particulares.

Incluso este hermetismo del sistema mediático, llegó a tales extremos históricos que

... pese a que el Congreso de la Unión es el corazón político del país, pues los principales asuntos públicos cruzan por éste y a que desde el origen de la radio y la televisión el Estado mexicano contó con suficientes recursos tecnológicos y espaciales para dotar de medios de comunicación propios al Poder Legislativo; fue hasta el 28 de agosto del 2000, es decir, setenta años después del surgimiento de la radio y cincuenta años posteriores al nacimiento de la televisión en México, cuando el Congreso inauguró su propio canal de televisión. Durante todas estas décadas, la imagen pública del Congreso de la Unión fue construida desde las políticas privadas de los medios comerciales, y por lo tanto, desde la tiranía del *rating* manejada por la lógica del mercado; y no por otras dinámicas de articulación Estado-sociedad. Debido a ello, en muchos momentos la imagen del Poder Legislativo fue elaborada y transmitida con simples criterios de obtención de *auditorios cautivos*, mediante la espectacularización del Congreso y no desde las bases para la edificación de una ciudadanía mejor informada para decidir sobre los asuntos y procesos públicos (Esteinou, 2001a: 4).

Así,

...la imagen colectiva del Congreso quedó secuestrada durante muchos años por la dinámica lucrativa e intereses particulares de los medios comerciales. En este contexto, el Congreso se convirtió en un espectáculo más del imaginario mediático que vendie-

ron los medios durante varias décadas según las exigencias de conservación e incremento del *rating*. De esta forma, el Congreso quedó como rehén de los medios privados que en muchos momentos, sólo lo presentaron, por un lado, como parte de sus géneros espectaculares al ridiculizarlo como un espacio de conflictos, ineficiencias, pleitos, insultos, abusos, irracionalidades, chantajes, golpes e irresponsabilidades legislativas. Por otro, al difundir lo anecdótico, lo minúsculo, lo secundario y lo insustancial de la imagen del Congreso y marginar el conocimiento de la gran función pública y vertebral del mismo para mantener el equilibrio político nacional. Con ello, históricamente la presencia pública del Poder Legislativo en el marco cultural de nuestro país, se redujo a una versión reducida, alterada, escandalosa, caricaturizada, amarillista y debilitada (Esteinou, 2001a: 2-3).

Con la “aplicación de esta dinámica informativa y cultural se privatizó lo público y lo privado se volvió público: El Congreso se convirtió en una *caja negra* donde finalmente la población no supo a fondo qué sucedía en éste, salvo la imagen cercenada que dieron los medios privados. Así, se contribuyó a banalizar lo *público* y a vaciarlo de sentido” (Esteinou, 2001a: 3-4). De esta forma, “como en un acto de magia, durante varias décadas, los medios comerciales le ocultaron su país a los mexicanos y les mostraron otra nación que no correspondió a la realidad nacional”.³ Mediante esta

...estrategia de subordinación mediática de la imagen del congreso a los criterios de los medios comerciales, durante varias décadas se debilitó sustancialmente en la vida coti-

diana, la fuerza de contrapeso y vigilancia del Poder Legislativo frente al Poder Ejecutivo y otros poderes centrales. Con ello, se contribuyó de forma meridiana a construir durante 7 décadas la estructura autoritaria, elitista, unipartidista, discrecional, manipuladora, etc. del viejo régimen político en la nación: vulnerar al Congreso con la deformación de su imagen, significó vulnerar el avance del proceso democrático de la sociedad (Esteinou, 2001a: 7).

Dicha situación de discrecionalidad y desigualdad de la vieja clase política llegó a su extremo de desvergüenza y abuso cuando ante la iniciativa del Congreso de la Unión en mayo de 2002 para suprimir o reducir los 260 millones de pesos al año que costó sostener la pensión vitalicia de los cinco ex presidentes, el ex mandatario José López Portillo (1976-1982) propuso, para compensar este desequilibrio a sus erarios personales que “el Estado ofrezca concesiones de radio y televisión a los ex presidentes, para que los ex mandatarios no tengan que depender del fisco. Cosas que produzcan y generen riqueza, pero que no le cuestan al pueblo de México” (*Reforma*, 31/05/2002).

Este panorama de cerrazón de los canales de información hacia los sectores sociales se reforzó jurídicamente cuando observamos que después de 75 años de historia de la radio y de 56 de la televisión en México la sociedad no goza de los derechos ciudadanos básicos en materia de comunicación. De esta forma, se ha creado un sistema de comunicación electrónica cerrado, vertical y excluyente de otros actores sociales básicos de nuestro país.

FUTURAS TENDENCIAS DEL HERMETISMO MEDIÁTICO EN MÉXICO

El modelo de desigualdad comunicativa que históricamente se ha establecido en México en los últimos 80 años, se reforzará sustantivamente en la próximas décadas en el país por las siguientes razones:

En primer término, los receptores no cuentan con un verdadero derecho de réplica en los medios de información, especialmente electrónicos, pues el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión en materia de Concesiones, Permisos y Contenido, en su artículo 38 asienta: “toda persona física o moral, podrá ejercitar el derecho de réplica cuando un material que sea difundido en cualquier programa de una estación de radio o televisión no cite la fuente de la cual extrajo la información y considere que los hechos que la aluden son falsos e injuriosos...” (DOF, 2002b). Esta normatividad imposibilita que los receptores puedan intervenir cuando se les difame, insulte, desacredite, ofenda, etc., en los medios, si la fuente está bien citada. Es decir, este marco legal permite la calumnia bien documentada.

En segundo término, el Consejo Nacional de Radio y Televisión, entidad encargada, entre otras, de coordinar las actividades a que se refiere la Ley Federal de Radio y Televisión y de elevar el nivel moral, artístico, y social de las transmisiones, permite la participación amplia, con voz y voto, de un representante de la Secretaría de Gobernación, uno de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, uno de la Secretaría de Educación Pública, uno de la Secretaría

de Salubridad y Asistencia, tres de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT), dos de los trabajadores y finalmente, sólo uno de la sociedad civil, pero este último, con voz y sin voto (DOF, 2006 y DOF, 2002b). En este sentido, el representante del sector mayoritario de la comunidad que mantiene el funcionamiento de la radio y televisión permanece como espectador con las manos atadas.

En tercer término, la participación social en los canales de difusión que podría haberse dado desde hace varias décadas, vía el uso de los tiempos oficiales del 12.5% en radio y televisión y los tiempos fiscales (DOF, 2002a); fue reducido a 18 minutos diarios en televisión y treinta y cinco minutos en radio por el Decreto presidencial sobre uso de los tiempos oficiales del 10 de octubre de 2002 (DOF, 2002a). De esta forma, el Estado mexicano cerró constitucionalmente la posibilidad de que la sociedad participara, vía los espacios oficiales, en la radio y televisión.

En cuarto término, ni siquiera el tiempo de Estado que por ley el artículo 47 del Código Federal de Instituciones Políticas y Procedimientos Electorales (COFIPE) le otorga al Instituto Federal Electoral (IFE) para que en los periodos de comicios los partidos políticos cuenten con espacios estatales en los canales colectivos de información para la difusión de su propaganda partidista, no fue acatado por los concesionarios de los medios electrónicos. Por ejemplo, en las elecciones del 6 de julio de 2003 para renovar el Poder Legislativo, los propietarios de las principales cadenas de televisión,

Televisa y Televisión Azteca, no aceptaron pasar las campañas de los 11 partidos políticos nacionales en contienda en 100 horas de televisión y 125 horas en radio, vía segmentos distribuidos de cinco minutos, en los horarios estelares de sus 56 radiodifusoras en 14 estados del país y los colocaron en horarios de bajísimos *ratings*. Mediante ello, el *Plan de Medios* del Instituto Federal Electoral para formar una cultura ciudadana para el voto se desconoció y, con ello, la política se subordinó, una vez más, a los intereses de las macroganancias de los concesionarios, y en el mejor de los casos los propietarios pagaron multas irrisorias (IFE, 2006), (*El Universal*, 01/04/2003; *Milenio Diario*, 02/04/2003; *Reforma*, 3/04/2003; *Reforma*, 23/04/2003; y *Milenio Diario*, 02/05/2003).

En quinto término, aun cuando el Estado ha participado como emisor y cuenta con sus propios medios de comunicación, ha carecido de un proyecto distintivo y sólido en materia de medios electrónicos. En este sentido, los medios públicos se encuentran muy abandonados por las políticas gubernamentales y los que han llegado a una condición más privilegiada, no alcanzan la naturaleza de medios de Estado, de servicio público; sino que se han convertido en canales de gobierno que defienden propagandísticamente los intereses de los funcionarios en turno o de los grupos de poder a los que pertenecen (*Periódico Zócalo*, 02/01/2003b).

En sexto término, con la aprobación de la “Ley Televisa” por el Congreso de la Unión el 30 de marzo de 2006, las concesiones

para la radiodifusión comercial serán adjudicadas al mejor postor, vía el método de subasta en el que solamente imperan criterios de carácter financiero: quien tenga más dinero tendrá más posibilidades de transmitir por televisión y radio, y quién no posea suficiente capital, quedará radicalmente marginado. Con ello, se fijó como directriz básica el monto de la oferta económica que se aporte para cada concesión, y no la consideración de otros criterios de calidad y futuro comunicativo más relevantes para la sociedad. De esta forma, la administración del espectro radioeléctrico quedó totalmente en manos de la dinámica del mercado salvaje y no bajo la dirección del Estado nación (*La Jornada*, 12/12/2005; *El Universal*, 10/02/2006 y Vega, 2006).

Esto significa que experimentamos en México un enorme retroceso jurídico-político cuya aplicación beneficiará a unos cuantos inversionistas a costa del abandono comunicativo de la mayoría social; que reforzará el modelo del mercado desbocado y reducirá sustancialmente la rectoría del Estado nación, que permitirá unilateralmente que la lógica de los monopolios definan el proceso de comunicación colectiva y no la dinámica de participación y sobrevivencia de los grandes grupos sociales; promoverá la negociación bilateral (Estado-concesionarios) y no la trilateral (Estado-sociedad-concesionarios); reforzará la discrecionalidad política en la administración del espectro radioeléctrico y no la participación plural e imparcial; alentará el modelo concentrador de los medios privados y la marginación de los medios públicos; impedirá restituir a esta actividad su valor como servicio público; y

profundizará la relación oscura y de componendas viciadas existente entre el poder político y los concesionarios (Becerril, 2005; Cárdenas, Raymundo *et al.*, 2005; Corral, 2005; *La Jornada*, 07/04/ 2005; Corral, 2005; *El Universal*, 11/04/2005).

Mediante ello, provocó tres fuertes consecuencias de marginamiento social para las grandes comunidades del país. Por una parte, la segregación de los sectores sociales que no son concesionarios, pues señaló absurdamente que para optar por la obtención de frecuencias para permisionarios los interesados deberán ser instituciones “que dentro de sus facultades y objeto se encuentre previsto el instalar y operar estación de radio y televisión”, lo cual no existe en los objetivos de las dependencias federales, organismos, instituciones y gobiernos estatales, y en consecuencia esto eliminó a dichos grupos para poder ofrecer los servicios de radio y televisión (Velásquez, 2006: 4).

Por otra parte, fue discriminatoria pues permitió que sólo los concesionarios convirtieran sus frecuencias en redes públicas de telecomunicaciones, lo cual significa suprimir la alternativa de que la televisión y radio de servicio público aprovechen las posibilidades de la nueva tecnología digital y de la convergencia tecnológica para realizar proyectos de comunicación con propósitos educativos y culturales. La supresión por ley de que los medios públicos estén impedidos para la emisión de Internet, de interactividad de la televisión o del video bajo demanda para propósitos formativos, daña directamente al trabajo fundamental que el Estado debe realizar en esas áreas

con la población más desfavorecida de México (Velásquez, 2006: 4).

Por otro lado, dejó fuera “el derecho de réplica, la regulación y la autorregulación de los contenidos, la actualización de los montos de las penas, y sobre todo, el acceso al mercado televisivo para otros sectores sociales, indispensable para cualquier régimen democrático” (*El Universal*, 14/12/2005).

Con la aprobación de la contrarreforma comunicativa, vía la “Ley Televisa”, la sociedad mexicana continuará teniendo para las próximas décadas el mismo viejo modelo de comunicación: autoritario, vertical, monopolístico, discrecional, unilateral, concentrador, marginador de los derechos comunicativos ciudadanos, desinformador, frívolo, calumniador, etc., que dominó en los últimos 45 años en el país, pero ahora disfrazado de moderno, convergente, digitalizado, reconvertido, competitivo, neoregulado, avanzado, actualizado, eficaz, no concentrador, transparente y con certidumbre jurídica, etcétera (Soria, 2006; *Milenio Diario*, 28/03/2006).

Así, de manera paradójica, el Congreso mexicano se autoaplicó en el terreno comunicativo y cultural la tesis suicida del “*Estado Cero*” que formula que éste debe intervenir o participar lo menos posible en la regulación de los procesos de comunicación colectivos, debe dejar su funcionamiento al acomodo espontáneo de la dinámica de las voraces fuerzas del mercado autorregulado que entran en juego, particularmente de los enormes monopolios. Mediante ello, se crea-

ron bases jurídicas firmes para que en materia de comunicación exista más mercado anárquico con su respectiva comunicación salvaje, y no más rectoría del Estado para dar impulso a la pluralidad cultural de nuestra nación.

De esta forma, al defenderse y promoverse radicalmente en ambas cámaras legislativas los intereses de las televisoras comerciales monopolísticas y cancelar el respaldo a las necesidades comunicativas de la sociedad, el Congreso permitió que la administración y la explotación del espectro radioeléctrico quedara en manos de los procesos del mercado salvaje con su depredadora dinámica del dejar hacer dejar pasar, y no bajo lógica de dirección y planeación del Estado-nación. Así, a principios del siglo XXI se consumó el gigantesco despojo del patrimonio radioeléctrico de la nación y de los derechos comunicativos básicos de las comunidades mexicanas.

Finalmente, derivado de todo lo anterior y de otros factores políticos, la libertad de expresión es una garantía ciudadana muy acosada en el país. Así, “México ocupa el lugar 77 en materia de respeto a la libertad de expresión”, según el diagnóstico preparado por la institución “Reporteros sin fronteras” (RSF) (CIDH, 2003: 45).

Por todo ello, la sociedad mexicana de principios del nuevo milenio continúa siendo una sociedad receptora y no emisora de mensajes. Las únicas excepciones de participación de la ciudadanía en los medios de información colectiva se dan cuando alguno de estos sectores, por alguna circunstancia

excepcional, se convierten en noticia y entonces son difundidos por los medios como las mercancías informativas del momento y desaparecen de las pantallas al dejar de ser novedosos, sin contar con ningún derecho civil para participar permanentemente en éstos cuando lo requieran. En otras palabras, la sociedad civil o los grupos emergentes sólo pueden participar en la programación de los medios mientras sirvan como apoyo para elevar el *rating* de las empresas, pero no son considerados permanentemente como sujetos o entidades generadores de opinión que tengan derecho a un espacio colectivo permanente de participación informativa. Por consiguiente, es la lógica de oportunidad económica del *rating* la que decide cuándo y cuánto participa la sociedad civil dentro de los medios y cuándo no.

Sin embargo, paradójicamente, mientras en ese contexto histórico de hermetismo comunicativo las grandes comunidades no tuvieron alternativas de presencia en los medios; la distribución desigual de acceso a la estructura de información masiva, permitió que de marzo a junio de 2002, Televisa pudiera utilizar tres canales del sistema Sky para transmitir las 24 horas del día la programación completa de la telebasura inútil, frívola, insustancial y vacía de la primera versión de Big brother durante tres meses y medio.

De esta manera, la vieja estructura de información colectiva no se abrió a la participación social, sino se rentó al mejor postor económico y político. Así, el modelo de comunicación-mercado y el sistema político que lo amparó, despojaron de todos los

derechos ciudadanos a los auditorios y la única facultad que les dejó fue el derecho de encender o apagar la radio y televisión y de participar en su propuesta de consumo masivo permanente: Los públicos se convirtieron en factores al servicio del proceso de comunicación-mercado y no la comunicación colectiva al servicio del crecimiento de los habitantes.

Los únicos espacios excepcionales que recientemente se han abierto en el terreno civil son la radio Ciudadana del IMER (XEQK) (Esteinou, 2004), Radio Ibero 90.9 (Periódico *Zócalo*, 01/04/2003a), la radio de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) y algunas franjas informativas dentro del sistema informativo tradicional de los medios comerciales o culturales, motivados por necesidades de mercado de aumentar su *rating*, como son los programas de los grupos gay en Guadalajara (*La Jornada*, 27/03/2003 y *Milenio Diario*, 28/04/2003), Jalisco, informativos eróticos (Periódico *Zócalo*, 02/01/2003b), y próximamente algunos espacios religiosos (Periódico *Zócalo*, 02/01/2003d).

HACIA LA REFORMA COMUNICACIONAL DEL ESTADO MEXICANO

Ante el fuerte horizonte de cerrazón estructural y estatal para la democratización informativa que se vive en la nación, nos enfrentamos al delicado panorama político en el que los grandes grupos sociales no cuentan con espacios de expresión para manifestar sus necesidades, problemáticas, demandas y soluciones. Frente a ello, se ob-

serva la tendencia creciente de que los movimientos sociales en emergencia continúen creando sus propios procesos clandestinos de comunicación colectivos, que derivarán, tarde o temprano, en la construcción de 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 contraestatales como “Televerdad”, “Radio vampiro”, “Radio pirata”, “Medios comunitarios” y las intervenciones guerrilleras que se dan a través de Internet. Obviamente todas estas expresiones no pueden sobrevivir en el espacio público, a mediano y largo plazo, pues son instituciones perseguidas por el gobierno, hasta cancelarlos o destruirlos (Periódico *Zócalo*, 01/04/2003c, 01/04/2003b y 02/01/2003c).

Debemos recordar que cuando los grupos sociales, especialmente los marginados, no tienen acceso al espacio público simbólico, vía de los medios de información colectivos, para exponer sus necesidades e intereses, entonces toman, pacífica o violentamente, los espacios públicos físicos de las vías de comunicación como son calles, plazas, avenidas, carreteras e incluso instituciones de información para presentar sus demandas. Por ello, podemos decir que existe una relación directamente proporcional entre participación social en los canales de información y la existencia de protestas públicas: A mayor participación de los grupos sociales en los medios de información menor manifestaciones públicas y a menor participación en los medios, mayor existencia de manifestaciones callejeras.

En este sentido, es muy importante puntualizar que en la medida en que las organizaciones sociales cuenten con tiempos en los medios de difusión 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, anarquía urbana, irritación ciudadana, aumento del estrés 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 (Preciado, 2003).

De esta forma, y debido a que no se ha permitido la participación de los grandes grupos o entidades fundamentales en los medios electrónicos, particularmente en la televisión, tanto pública como privada, estas instituciones continúan desvinculados 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 electrónicos, especialmente, la televisión, siguen funcionando como cerebros colectivos divorciados de las necesidades de nuestro cuerpo social, porque mientras vivimos cotidianamente una profunda crisis socioeconómica, que está por convertirse en severo conflicto político, la televisión nos orienta a pensar, prioritariamente, en una programación basada en el cuádruple eje constituido por los espectáculos, el consumo, los deportes y la información *light* y

sólo ocasionalmente en los casos extremos o de aperturas políticas coyunturales, nos conduce a reflexionar y sentir los problemas centrales de nuestra sociedad. En una idea, la problemática nacional no pasa sustantivamente por los medios electrónicos, lo cual ha provocado la existencia de un modelo de funcionamiento esquizofrénico entre lo que difunde e inculca la programación televisiva y las necesidades o realidades que viven cotidianamente los grupos mayoritarios de la sociedad mexicana. Este control gubernamental de los medios electrónicos impidió que los grandes grupos civiles participen de forma constante y directa en la construcción de un nuevo espacio público que contribuya a crear otra cultura para la sobrevivencia nacional. Así, se consolidó un modelo de comunicación altamente concentrador, que permitió que sólo unos cuantos expresen a la mayoría sus puntos de vista y su visión del mundo. En este sentido, dichos espacios de participación han funcionado más como herramientas de control político y de legitimación del viejo Estado, y no de espacios para la creación y fortalecimiento de la democracia y la civilidad nacional.

Así, el proceso político de construcción de la transición pacífica a la democracia que eligió seguir la sociedad mexicana a partir del 2 de julio de 2000, todavía no ha podido construir en el espacio público mediático nuevas zonas básicas de participación social para que otros sectores ciudadanos puedan participar colectivamente, vía medios de información. Contrariamente a lo expresado en la oratoria y los discursos oficiales, el nuevo gobierno continúa mantenien-

do la vieja estructura comunicativa del antiguo régimen pero maquillada con nuevos colores, barnices y sabores blanquiazules, que no han creado bases para construir un nuevo modelo de comunicación nacional para la creación de ciudadanía y fortalecimiento de la democracia.

De esta manera, 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 cuatro décadas, los medios electrónicos, y particularmente la televisión, continúan realizando la hazaña verdaderamente fantástica de ocultarle su país a los mexicanos y mostrándoles otra nación que nada tiene que ver con ellos.⁴

En la actualidad, no puede edificarse un gobierno moderno y avanzado sin la transformación democrática e integral de sus instituciones de cultura y medios de comunicación colectivos, ya que es a través de ellos, como se realiza cotidianamente la principal forma de conducción, organización y participación colectiva en comunidad. Es desde la apertura plural del sistema mediático como se puede reconstruir de manera principal el tejido democrático y participativo de la sociedad.

El mecanismo central para elaborar un nuevo modelo de comunicación nacional y democratizar a los medios de información, pasa necesariamente por la realización de la reforma integral del Estado mexicano. Para reformar al Estado en materia de comunicación, ciudadanizar los medios de información en México y dar, a través de éstos, algunas salidas de participación a los

grandes grupos sociales, es razón de Estado modificar el viejo pacto social de comunicación unilateral, hermético, obsoleto y discrecional que existió entre el Estado mexicano y los concesionarios de los medios de comunicación y que sirvió de base para consolidar durante tres cuartas partes del siglo XX al decadente régimen político anterior. Ahora, es necesario construir, mediante la reforma del Estado, una nueva relación trilateral (Estado, concesionarios y sociedad) de naturaleza abierta, democrática, justa, plural, equilibrada e incluyente, que permita que los ciudadanos participen colectivamente, para enriquecer el espacio público (espectro político-cultural) de nuestra nación y que logre crear una cultura civilizatoria superior que nos permita sobrevivir pacífica y humanamente en nuestro país.

La transición política a la democracia requiere el cambio urgente de viejos arreglos institucionales y de acuerdos políticos discrecionales entre los grupos que detentan el poder político y el poder mediático en el país, para crear ahora un nuevo acuerdo nacional, con reglas jurídicas claras.

La consolidación de la reforma del Estado mexicano requiere la indispensable transformación democrática profunda de las estructuras de información y comunicación masivas, ya que son estos espacios los que se han convertido en el primer poder contemporáneo desde el cual se organiza, moviliza, articula y dirige, diaria y principalmente, de manera colectiva a los habitantes de la nación (Antaki, 1998). Hoy, los medios de comunicación son el esqueleto de la

democracia y del espacio público. Debido a su peso central sobre la dirección de la nación, en una sociedad democrática los principales poderes siempre deben estar supervisados y reglamentados por el interés general de la sociedad en su conjunto y esto sólo se puede lograr conservando al Estado como rector nacional del bien público.

Una democracia no puede estar informada sólo por unos cuantos. Por ello, es responsabilidad del Estado generar las condiciones para que exista la pluralidad de voces y la pluralidad de empresas: No se puede gobernar para unos cuantos. De aquí la importancia central que el Estado y la sociedad civil construyan un nuevo modelo de comunicación nacional que permita que todos los actores alcancen el derecho universal elemental de expresarse y participar en el nuevo espacio público colectivo que han creado los medios de difusión social.

NOTAS

¹ A lo largo de este trabajo se utilizarán indistintamente los conceptos: medios de comunicación, medios de difusión y medios de información para referirse a la misma realidad.

² 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 Mc. Luhan (1979). Una crítica moderada al pensamiento de Mc Luhan puede consultarse en Gianpiero Gauraleri (1981).

³ Expresión de Virgilio Dante Caballero (ver Esteinou, 2001a: 3).

⁴ *Ibid.* (ver Esteinou, 2001a: 4).

BIBLIOHEMEROGRAFÍA Y FUENTES ELECTRÓNICAS

Antaki, Ikram (1998), *Foro: libertad de expresión y responsabilidad social*, México, Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), World Trade Center.

Becerril, Andrea (2005), “Propondrán reforma a Ley de Radio y Televisión menos complaciente con televisoras”, en *La Jornada*, 3 de abril, México.

Cárdenas, Raymundo *et al.* (2005), *Manifiesto a la opinión pública de la Subcomisión para el Estudio y Análisis de la Nueva Ley Federal de Radio y Televisión* (Comisión de Reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión, LIX Legislatura, H. Senado de la República, Congreso de la Unión) [en línea] 8 de abril de 2005 [consultado en 2007], Disponible en www.senadocorral.org

Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) (2003), *La impunidad en México*, México, Comisión Mexicana de Defensa y Promoción de los Derechos Humanos, Comisión Interamericana de Derechos Humanos.

Corral Jurado, Javier (2005), “Es dictado, no dictamen” [en línea] 5 de abril de 2005 [consultado en 2007], Disponible en <http://www.javiercorral.org/article.php3?idarticle=514>

Corral Jurado, Javier (2005), “Las Comisiones Unidas se reúnen este miércoles para dictaminar la Ley de Radio y Televisión” [en línea] 4 de abril de 2005 [consultado en 2007]. Disponible en www.senadocorral.org

Diario Oficial de la Federación (DOF) (2002a), “Decreto por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones de radio y televisión el pago del impuesto que se indica” [en línea] 10 de octubre de 2002 [consultado en 2007]. Disponible en <http://www.cirt.com.mx/pdf/legislacion/MODIFICACION%20AL%2012.5%25%20EN%20RADIO%20Y%20TELEVISION.pdf>

————— (2002b), Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en materia de concesiones, permisos y contenido de las transmisiones de radio y televisión” [en línea] 10 de octubre de 2002 [consultado en 2007], Disponible en <http://www.cirt.com.mx/legislacionderadioytv.html>

————— (2006), “Ley Federal de Radio y Televisión”, [en línea] 11 de abril de 2006 [consultado en 2007], Disponible en <http://www.cirt.com.mx/pdf/legislacion/5-1%20LEY%20FEDERAL%20DE%20RADIO%20Y%20TELEVISION.pdf>

El Universal, 07/03/2003, “Sociedad civil al rescate” México.

————— 01/04/2003, “Piden a la Secretaría de Gobernación cumplir plan de medios”, México.

————— 11/04/2005, “Alertan de retroceso en Ley de Radio y TV”, México.

————— 14/12/2005, “Desplegado de intelectuales independientes”, México.

————— 10/02/2006, “Señores Senadores: Modifiquen la minuta de los Diputados” (CONEICC), México.

Esteinou Madrid, Javier (2001a), “El canal de televisión del Congreso de la Unión y la transformación de la imagen del Poder Legislativo” en *Canal de Televisión del Congreso de la Unión: La Visión del Diálogo*, H. Cámara de Diputados, México, Poder Legislativo.

Esteinou Madrid, Javier (2001b), “Los indios aún lejos de los medios: de los Acuerdos de San Andrés a la apropiación mediática del EZLN” en *Revista Etcétera*, núm. 6, México.

Esteinou Madrid, Javier (2001c), “Para que los indios tengan acceso a los medios: una Reforma Agraria del Aire” en *Revista Etcétera*, núm. 7, México.

Esteinou Madrid, Javier (coord.) (2004), *La radio de los ciudadanos a un año de creación*, México, Instituto Mexicano de la Radio y Secretaría de Gobernación.

Gianpiero, Gauraleri (1981), *La galaxia de Mc Luhan*, España, ATE.

Instituto Federal Electoral (IFE) (2006), “Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales” (COFIPE) [en línea] 24 de abril de 2006 [consultado en 2007]. Disponible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/5.pdf>

La Jornada, 27/03/2003, “Radio Universidad de Guadalajara abre su frecuencia a DGL gay Radio”, México.

————— 7/04/2005, “Agoniza la reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión: Senadores del PAN”, México.

————— 12/12/2005, “Rechazamos una reforma al vapor sobre radio y televisión” (Desplegado colectivo de intelectuales, artistas y comunicadores), México.

Mc. Luhan, Marshall (1979), *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, México, Diana.

Milenio Diario, 02/04/2003, “Las televisoras rechazan el plan de medios del IFE”, México.

-
- 28/04/2003, “La radio gay: Del li-
gue a la desmitificación”, México.
-
- 02/05/2003, “Radio y televisión no
deben modificar sus precios durante las
campañas: IFE”, México.
-
- 28/03/2006, “La industria de la
radio y la televisión se pronuncia a favor de
la Reforma a la Ley Federal de Radio y Te-
levisión y de Telecomunicaciones”, Desple-
gado de la Cámara Nacional de Radio y
Televisión (CIRT), México.
- Periódico Zócalo*, 02/01/2003a, “Erotismo en
radio: Espacio abierto a la exploración”,
México.
-
- 02/01/2003b, “Menosprecia el go-
bierno a medios públicos”, México.
-
- 02/01/2003c, “Miedo de la CIRT a
las radios comunitarias”, México.
-
- 02/01/2003d, “Otorgar medios a
grupos confesionales es peligroso”, México.
-
- 01/04/2003a, “Inicia Radio Ibero
con una propuesta ecléctica”, México.
-
- 01/04/2003b, “Pese a las hostili-
dades, boom de emisoras comunitarias”,
México.
-
- 01/04/2003c, “Radio comunitaria
de Michoacán denuncia hostigamiento mi-
litar”, México.
- Preciado Coronado, Felipe de Jesús (2003),
“Deterioro de la Ley. Bloqueos, Marchas y
Plantones” en Revista *Siempre*, núm. 2582,
México.
- Reforma*, 31/05/2002, “Pide José López Porti-
llo concesión de tele, no pensión”, México.
-
- 03/04/2003, “Juzgan inoperante
ley sobre tiempos”, México.
-
- 23/04/2003, “Rompe el IFE con
televisoras”, México.
- Soria, Gerardo (2006), “La reforma a la Ley
Federal de Radio y Televisión: A favor”, en
Excelsior, 3 de abril, México.
- Vega, Aimeé 15/02/2006, “Las claves neces-
arias para una reforma integral del sistema
comunicativo en México”, Declaratoria de
la AMIC en la Audiencia Pública para la Re-
forma Integral de la Ley Federal de Radio y
Televisión y la Ley de Telecomunicaciones,
Comisión de Comunicaciones y Transpor-
tes, LIX Legislatura, H Senado de la Repú-
blica, México.
- Velázquez Briceño, Ernesto (2006), *La red de
radiodifusoras y televisoras educativas y
culturales de México ante las reformas a
las leyes federales de radio y televisión y
de telecomunicaciones*, México, Red de
Radiodifusoras Educativas y Culturales de
México (RECM).
- Zabludovsky Nerubay, Abraham (2002), “El
dupolío televisivo”, en *Los medios electró-
nicos en el marco de la reforma del Esta-
do*, México, Fundación Konrad Adenauer y
H. Cámara de Diputados.