

El “Estado mestizo”

El poder mediático y la transformación del Estado *mexicano*

*Javier Esteinou Madrid**

EL ORIGEN HISTÓRICO DEL ESTADO MEXICANO¹

A lo largo de los últimos 200 años de su evolución histórica, la sociedad mexicana luchó incansablemente para conquistar condiciones de mayor autonomía y humanidad que le permitieran vivir con más independencia, equidad, dignidad y paz social. Con este fin, la comunidad nacional decidió enfrentar la dominación del poder imperial de la Corona española por medio de la guerra de Independencia de 1810 y, mediante el levantamiento de la Revolución mexicana de 1910, encaró al poder autoritario y terrateniente del porfiriato, para formar otro nuevo orden nacional más justo y equilibrado, que posibilitara la coexistencia sana y pacífica de los diversos conjuntos sociales que componían al país.

De esta forma, por medio de dichos procesos sociales emancipadores, paulatinamente se crearon en México novedosas jerarquías políticas, acuerdos colectivos, instituciones de estabilización y nuevos marcos jurídicos que le permitieron conseguir la edificación de un nuevo orden de paz y convivencia comunitaria más equilibrado para las mayorías sociales. Dentro de las innovaciones estructurales que se introdujeron para estabilizar a la sociedad, la realidad histórica más trascendente que se construyó en estos últimos dos siglos fue la figura del Estado-nación mexicano como la instancia rectora que creó un nuevo sistema de estabilidad y dirección nacional.

* Profesor-investigador en el Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-Xochimilco, [jesteinou@gmail.com].

¹ Este ensayo ganó el Premio Especial en el concurso nacional: El rostro de la patria visto por la generación bicentenaria, en el Foro 2010: Las dos revoluciones que forjaron a México, organizado por la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la UAM-Xochimilco, que se llevó a cabo en México, D. F., el 25 de noviembre de 2010.

En el proceso civilizatorio de su consolidación, el Estado mexicano no emergió *a priori* desde su origen a la fecha como una realidad jurídico-política totalmente acabada, definida o cerrada, sino que se conformó paulatinamente merced a una progresiva dinámica de construcción histórica, mediante la cual adquirió su sentido, personalidad y funciones civilizatorias específicas que ejerció en cada fase por la que atravesó hasta llegar al periodo de la modernidad nacional. De esta forma, el proceso histórico convencional de edificación del Estado mexicano cruzó por tres etapas históricas fundacionales; cada una se materializó con la aprobación de una Constitución jurídico-política o un marco normativo específico con el cual se consolidó un tipo de República exclusiva para cada ciclo de su evolución civilizatoria y sus diversos instrumentos estructurales de poder político, con los cuales gobernó a la sociedad. Dichas etapas históricas centrales fueron las fundaciones de la Primera República nacional, la edificación de la Segunda República nacional y la conformación de la Tercera República nacional.

Así, en un primer momento, la conformación del Estado-nación emergió lentamente en México como producto del movimiento de insurrección civil que explotó en 1810 contra la dominación del poder absoluto del imperio español que reinaba en el territorio. En esta fase emergente, el Estado cobró vida como una nueva fuerza política derivada del movimiento de Independencia, por medio del cual se liberó de los poderes tiránicos coloniales e integró a la población peninsular, criolla e indígena, en un mismo proyecto de desarrollo económico, político, cultural, lingüístico, educativo, etcétera, que le dio más autonomía, justicia, estabilidad, integración e identidad colectiva que la que tenían como colonia de la corona española. Para apuntalar ideológicamente esta etapa fue esencial la aportación de los *Sentimientos de la nación* de José María Morelos y Pavón en el Congreso de Chilpancingo, Guerrero, en 1813; en este documento se conformó el espíritu de la Primera República nacional que contribuyó a proporcionar a la sociedad mexicana una primera atmósfera de derecho jurídico para la convivencia colectiva armónica. Con ello, se reorganizaron las comunidades sociales del momento alrededor de un nuevo proyecto de desarrollo nacional soberano que ofreció un nuevo futuro de esperanza colectiva para el país y no de explotación esclavista para la población.

En un segundo momento, en 1821, continuó el movimiento de liberación nacional, y Agustín de Iturbide proclamó el *Acta de Independencia* frente al imperio español que cristalizó con la elaboración de los principios de la Constitución del 5 de octubre de 1824. Este proceso se perfeccionó políticamente cuando, en 1836, el Congreso Federal prefiguró la Constitución de las siete Leyes que sirvieron de base para que, en 1857, se jurara la Constitución Federal de los Estados Unidos Mexicanos, que dio el triunfo definitivo al sistema federal y congresional sobre los movimientos internos desintegradores ("Nuestras Constituciones. Documentos mexicanos", 2000; Morelos, 2001). Dichos procesos dieron origen al establecimiento de la Segunda República nacional, que dio al país un segundo nuevo orden normativo de convivencia nacional más civilizado.

En un tercer momento, después de funcionar el Estado-nación en las fases históricas anteriores como la jerarquía rectora del desarrollo de la población mexicana, la acción de éste no fue capaz de resolver democráticamente la enorme cantidad de contradicciones estructurales que se acumularon durante más de cien años en México, especialmente en el sector rural. Esto provocó gradualmente la emergencia de multitud de revueltas campesinas masivas, que generaron en 1910 el estallido de la Revolución mexicana como un segundo movimiento emancipador que luchó por liberarse del sometimiento del modelo autoritario porfirista concentrado en el poder terrateniente de los hacendados y en sus órganos despóticos de poder político aliado.

Concluida la Revolución mexicana en 1917, quedó un gran desastre social en todos los ámbitos internos de operación del país, y fue indispensable la construcción de un nuevo orden hegemónico para organizar el caos que dejó el movimiento insurgente. Para ello, fue necesario refundar la fuerza rectora del poder público, fortaleciendo con mayores capacidades regentes al Estado-nación, y así se creó un nuevo pacto nacional de paz, gobernabilidad, ejercicio político y crecimiento social que se concretizó en la Constitución Política Mexicana de 1917, que fue el fundamento jurídico para el surgimiento de la Tercera República nacional.

Además de contar con los diversos elementos constitutivos de poder central para alcanzar sus fines rectores como Estado-na-

ción mexicano, éste diseñó su forma de gobierno autónoma bajo la modalidad de la Tercera República nacional. Dicha nueva República quedó conformada con un nuevo modelo o paradigma jurídico-político provisto de la acción de tres poderes públicos federales soberanos, complementarios y divididos entre sí, para autorregularse y ejercer una gobernabilidad más virtuosa que resolviera los fuertes antagonismos acumulados durante tanto tiempo en el país: el poder Ejecutivo, el poder Legislativo y el poder Judicial.

En este sentido, la Tercera República quedó estructurada históricamente bajo el paradigma tripartita compuesto por el poder Ejecutivo, para dar dirección política firme al devenir de la comunidad nacional; con el poder Legislativo, para crear una representatividad social plural que creara el entramado jurídico de derechos y obligaciones básicos para normar la convivencia de los conjuntos sociales; y con el poder Judicial, para aplicar correctamente el sistema de justicia en todos los niveles. Dichos poderes públicos republicanos quedaron sólidamente legitimados con los postulados centrales de la Constitución Política Mexicana de 1917, las diversas leyes que posteriormente se anexaron, los decretos emanados del poder Ejecutivo y los múltiples reglamentos que después se derivaron de ellas para operacionalizar cotidianamente el nuevo gran acuerdo de concordia y crecimiento social que requería el país para despegar hacia otro modelo de desarrollo colectivo. Así, el modelo formal más acabado del Estado-nación mexicano es el que cobró vida gracias al dibujo jurídico que la sociedad mexicana realizó sobre la naturaleza de la Tercera República mediante el contenido de la Constitución mexicana y los cambios normativos que posteriormente se introdujeron para que ésta se actualizara periódicamente.

En esta forma, después de muchos años de enfrentamientos internos entre fracciones liberales y conservadoras del poder nacional, con objeto de establecer la paz interna y alcanzar otro proyecto de desarrollo, se creó un nuevo consenso nacional que declaró en la Constitución de 1917 las siguientes ocho bases del Estado mexicano posrevolucionario, que son los fundamentos jurídico-políticos del paradigma dominante que formalmente imperan hasta nuestros días:

- 1) La soberanía nacional reside esencial y originariamente en el pueblo. Todo poder público dimana del pueblo y se instituye para beneficio de éste. El pueblo tiene en todo tiempo el inalienable derecho de alterar o modificar la forma de su gobierno (*Constitución Política...*, 2007:41 [art. 39]).
- 2) Es voluntad del pueblo mexicano constituirse en una República representativa, democrática, federal, compuesta de Estados libres y soberanos en todo lo concerniente a su régimen interior, pero unidos en una federación establecida según los principios de esta ley fundamental (*Constitución Política...*, 2007:41 [art. 40]).
- 3) El pueblo ejerce su soberanía por medio de los Poderes de la Unión, en los casos de la competencia de éstos, y por los de los estados, en lo que toca a sus regímenes interiores, en los términos respectivamente establecidos por la Constitución Federal y las particulares de los estados, las que en ningún caso podrán contravenir las estipulaciones del Pacto Federal (*Constitución Política...*, 2007:41 [art. 41]).
- 4) Para su ejercicio, el Supremo Poder de la Federación se divide en tres poderes: Legislativo, Ejecutivo y Judicial (*Constitución Política...*, 2007:49 [art. 49]).
- 5) El Poder Legislativo de los Estados Unidos Mexicanos se deposita en un Congreso General que se dividirá en dos Cámaras, una de Diputados y otra de Senadores (*Constitución Política...*, 2007:50 [art. 50]).
- 6) El ejercicio del Supremo Poder Ejecutivo de la Unión se deposita en un solo individuo, que se denominará *Presidente de los Estados Unidos Mexicanos* (*Constitución Política...*, 2007:74 [art. 80]).
- 7) El ejercicio del Poder Judicial de la Federación se deposita en una Suprema Corte de Justicia, en un Tribunal Electoral, en Tribunales Colegiados y Unitarios de Circuito, y en Juzgados de Distrito (*Constitución Política...*, 2007:80 [art. 94]).
- 8) Para establecer su "régimen interior, los estados adoptarán la forma de gobierno republicano, representativo, popular, teniendo como base de su división territorial y de su organización política y administrativa, el Municipio Libre" (*Constitución Política...*, 2007:107 [art. 115]).

En esta última fase histórica de existencia de la Tercera República, el diseño jurídico de tal estructura de gobernabilidad quedó constituido sólo por la intervención de los poderes públicos tripartitas debido a las siguientes dos causas: primera, porque esta directriz se fundó cuando la sociedad mexicana estaba compuesta demográficamente por multitudes y no por hipermasas, como sucede en la actualidad, por lo que fue suficiente la presencia de esas tres autoridades institucionales para reconducir nuevamente de manera eficaz a las comunidades fragmentadas del momento hacia un nuevo pacto de coexistencia y crecimiento social. Y segunda, debido al grado de complejidad que enfrentaba la recomposición de la sociedad mexicana de esa fase histórica, el proceso de gobernabilidad del Estado exigía únicamente la acción de esos tres sólidos poderes públicos para generar un nuevo orden hegemónico de dirección del país posrevolucionario, el cual había quedado desestructurado en todos los niveles del funcionamiento de la vida privada y pública de los ciudadanos por el desgaste y el caos interno que dejó el estallido de las dos guerras libertarias anteriores.

Por consiguiente, dicha conformación político-gubernamental, bajo el paradigma de conformación de poderes tripartitas, fue la modalidad política adecuada para refundar civilizatoriamente al nuevo Estado-nación en tales momentos históricos de emancipación. Éstos requerían que se liderara al país por rumbos alternativos de evolución y democráticos, especialmente cuando arrastraba la existencia de jefaturas políticas severamente erosionadas, instituciones públicas muy corroídas, fuertes enfrentamientos internos de fracciones de poder, grandes grupos sociales desorientados, corrupción desatada, enorme desintegración comunitaria y acumulación de agudos problemas estructurales de crecimiento que debían resolverse para alcanzar la concordia y la paz social.

De esta manera, después de un largo proceso de luchas, deterioros, anarquías, reconstrucciones y profundos cambios en el ámbito del poder público que dejó el paso violento de los movimientos libertarios durante los siglos XIX y XX, la comunidad nacional conformó paulatinamente al Estado mexicano como una nueva fuerza pública hegemónica que desempeñó, entre otras, las siguientes siete funciones orgánicas: enfrentó a los poderes

dominantes que durante siglos esclavizaron a la gran mayoría de los habitantes para defender a la población; gestionó un proyecto con diversas posibilidades de desarrollo integral para la mayoría de los mexicanos; creó un nuevo pacto político-social de equilibrios más justos para vivir en concordia colectiva y superar el clima de inestabilidad e inseguridad prevaleciente; fundó un nuevo orden jurídico para definir los derechos y las obligaciones básicas de los individuos, siguiendo los principios de los Derechos Universales del hombre; innovó las instituciones necesarias para dar estabilidad a la vida social; aglutinó a los individuos alrededor de un novedoso proyecto de justicia y garantías ciudadanas fundamentales que les aportó otro estatus civil, y así se instaló un avanzado sistema de derecho que los elevó al grado de ciudadanos; finalmente, estableció otro modelo de cultura e identidad nacional basado en la integración de todos los grupos sociales alrededor de la mitología posrevolucionaria.

Así, el Estado-nación mexicano encabezó el resurgimiento de diversos procesos económicos, políticos, sociales y culturales, que dieron origen a la emergencia de un nuevo proyecto de desarrollo colectivo, una economía con absorción intensiva de mano de obra, un sistema político con mayor representatividad ciudadana, una flamante Constitución Política plural, una democracia liberal en formación, una moderna existencia urbana, una atmósfera cultural abierta, una educación oficial incluyente, una calidad de vida más completa, etcétera; es decir, una nueva sociedad nacional moderna emancipada de los poderes despóticos que la habían subordinado durante varios siglos en el pasado, y cuyas bases se convirtieron en los fundamentos para el crecimiento del México moderno del siglo XXI.

ELEMENTOS DE PODER QUE CONSTITUYEN AL ESTADO-NACIÓN

En el proceso histórico de formación del Estado-nación por medio de sus diversas fases de evolución histórica, fue definitivo que éste se consolidara maduramente con sus respectivos instrumentos de poder, pues "la actuación del Estado lleva consigo necesariamente la existencia de órganos de poder sin los cuales no le es posible darle la vida" (Jellinek, 2004:16). En este sentido,

“el poder es un supuesto del Estado, al punto de que no hay Estado sin medios de poder” (Jellinek, 2004:28); en otros términos, un Estado sin órganos de poder es una representación incompleta que equivale a la anarquía, lo cual significa una *contradictio in adjecto* (Jellinek, 2004:36). Por consiguiente, todo ello, exigió que el Estado mexicano gradualmente se dotara de los elementos de poder rector necesarios para conducir exitosamente a la sociedad a lo largo de las décadas.

En este sentido, para dar concreción y fuerza al Estado mexicano, éste se conformó gradualmente con los elementos estructurales de poder necesarios para ejercer su naturaleza como un órgano rector central del resto de la sociedad. Por ello, los factores históricos propios que constituyeron al Estado mexicano a lo largo de sus diversas etapas de evolución por la que atravesó su consolidación histórica fueron, entre otros, los siguientes: contar con un territorio, una población, una forma de gobierno, una organización jurídica, una capacidad de aplicación de la fuerza o de la coerción, una lengua o idioma, una cultura o ideología, una identidad, una moneda de intercambio económico, etcétera, con los cuales se produjo una forma histórica de soberanía, integración, identidad y hegemonía política para gobernar al país.

De esta manera, por medio del afianzamiento de cada una de las diversas realidades constitutivas de la naturaleza y estructura del Estado-nación mexicano, éste cobró forma histórica específica en las distintas fases de evolución por las que osciló. Así, retomando los elementos tradicionales constitutivos del Estado en general, constatamos que históricamente, a partir de 1917, el Estado mexicano de la Tercera República quedó conformado por los siguientes nueve elementos que paulatinamente le dieron vida específica en cada uno de los ciclos por los que evolucionó.

- a) Un *territorio* que, a diferencia de otras épocas históricas de la Primera y Segunda Repúblicas, en la Tercera se conformó con una superficie menor que abarca 1 972 550 km².² Dicha área te-

² Es importante aclarar que, con base en su capacidad de poder defensivo, un Estado-nación puede conservar, expandir o perder el territorio específico que le corresponde frente a la agresión de un Estado más fuerte. Esto significa que el te-

rritorial, en su fase moderna, quedó situada en la parte más meridional de América del Norte, entre el océano Pacífico al sur y al oeste, y el Golfo de México y el mar Caribe al este. México limita al norte con Estados Unidos y al sureste con Belice y Guatemala; esto lo coloca en la decimoquinta posición mundial en la lista de los países con mayor superficie geográfica.

- b) Una *población* conformada hasta el año de 2010 por 106 700 000 habitantes, a los que gobierna el Estado mexicano. Esta situación ubicó al país, como la nación hispanohablante más poblada del mundo. En función del proceso histórico de evolución del país, la composición étnica de este universo demográfico quedó constituida a principios del siglo XXI por 55% de mestizos, 29% de amerindios y 15% de población blanca (INEGI, 2010).
- c) Una forma de *gobierno republicano* compuesto por una república representativa, conformada por tres poderes constitucionales, 31 estados libres y soberanos en su régimen interior, un Distrito Federal, ubicado en la ciudad de México y múltiples municipios del país. Los tres poderes públicos federales son el poder Ejecutivo, el poder Legislativo y el poder Judicial.

El poder Ejecutivo del Congreso de la Unión lo ejerce el presidente de los Estados Unidos Mexicanos. La elección del presidente es directa, y sus obligaciones y facultades son promulgar y ejecutar las leyes que expida el Congreso de la Unión, así como tomar las decisiones que le confiere expresamente la Constitución. Para su ejercicio, el poder Ejecutivo está formado por los siguientes 19 órganos de gobierno con el fin de despachar los asuntos de orden administrativo: Secretaría de Gobernación, Secretaría de Relaciones Exteriores, Secretaría de la Defensa Nacional, Secretaría de Marina,

rritorio de un Estado-nación no siempre es el mismo, sino que se modifica con base en su capacidad defensiva para mantenerlo. Así, por ejemplo, en el caso de México, debido a la debilidad que presentó el Estado ante el poder imperial de Estados Unidos después de la guerra de Independencia, fue perdiendo gradualmente su territorio como nación, y esta área fue convirtiéndose en propiedad del gobierno estadounidense. De esta forma, el gobierno mexicano cedió los territorios de Texas, Arizona, Alta California, Nuevo México y otras zonas del norte del país que pasaron a ser patrimonio de Estados Unidos, lo que convirtió a los habitantes de dichas coordenadas geográficas en ciudadanos de aquel país.

Secretaría de Seguridad Pública, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Secretaría de Desarrollo Social, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Secretaría de Energía, Secretaría de Economía, Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Secretaría de la Función Pública, Secretaría de Educación Pública, Secretaría de Salud, Secretaría del Trabajo y Previsión Social, Secretaría de la Reforma Agraria, Secretaría de Turismo, Consejería Jurídica del Ejecutivo Federal (“Ley Orgánica de la Administración Pública Federal”, 2009:6).

El poder Legislativo fue depositado en el Congreso de la Unión, que quedó constituido en el Congreso General, la Cámara de Diputados y la Cámara de Senadores (“Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos”, 1999:1). La Cámara de Diputados quedó integrada por 500 diputados, 300 elegidos según el principio de votación mayoritaria relativa mediante el sistema de distritos electorales uninominales, y los otros 200 electos según el principio de representación proporcional por medio del sistema de listas regionales votadas en circunscripciones plurinominales. Esta Cámara se renueva en su totalidad cada tres años. La Cámara de Senadores quedó compuesta por 128 senadores, de los cuales cuatro son representantes de cada Estado y del Distrito Federal. De éstos, tres son electos por votación mayoritaria relativa, y uno asignado a la primera minoría. Esta Cámara se renueva en su totalidad cada seis años por elección directa.

El poder Judicial de la federación tiene la responsabilidad de proteger los derechos de los ciudadanos, interpretar y aplicar la ley en los casos sometidos a su consideración y servir de fuerza de equilibrio entre Ejecutivo y Legislativo, así como entre los poderes federales y estatales. Los ministros de la Suprema Corte de Justicia son nombrados por el presidente de la República y aprobados por la Cámara de Senadores. Los magistrados de circuito y los jueces del distrito son nombrados por la Suprema Corte de Justicia y duran cuatro años en su cargo. Este poder republicano se integró con los siguientes siete aparatos de gobernabilidad encargados de impartir la justicia: la Suprema Corte de Justicia de la Nación, el Tribunal

Electoral, los Tribunales Colegiados de Circuito, los Tribunales Unitarios de Circuito, los Juzgados de Distrito, el Consejo de la Judicatura Federal, el Jurado Federal de Ciudadanos, y los Tribunales de los Estados y del Distrito Federal ("Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación", 2009:1).

Cada uno de estos tres poderes constitucionales quedó compuesto por diversas instituciones operativas de carácter político, administrativo, represivo e ideológico para realizar los procesos de gobernabilidad específicos que requieren las distintas ramas de la rectoría nacional. La dinámica sistémica de estos poderes quedó conformada por un equilibrio de autonomías, fuerzas, contrapesos y funciones divididas y complementarias entre sí, para ejercer una gobernanza virtuosa con base en la aplicación de leyes sabias y justas (cuadro 1).

- d) Una organización jurídica definida por el contenido de la Constitución de 1917 y las leyes secundarias o los reglamentos operativos que se aprobaron posteriormente para llevar a cabo los preceptos constitucionales centrales.
- e) Una capacidad de aplicación de la fuerza o de la coerción del Estado mexicano por medio del Ejército, la Marina, la Fuerza Aérea, las Fuerzas Armadas, la policía y otros cuerpos especializados de la seguridad nacional para vigilar que la población respete el pacto social normativo de la Tercera República establecido legalmente desde principios del siglo xx.
- f) Un conjunto de lenguas que caracteriza al país como una nación multilingüe, en la que el español es la lengua materna de 98% de los habitantes; así como 65 lenguas indígenas practicadas por más de 13.5 millones de indígenas distribuidos a lo largo de todo el territorio nacional (cuadro 2).
- g) Una *cultura* o ideología pluricultural que se fundó con los contenidos de la mentalidad nacionalista, especialmente con fuerte acento posrevolucionario.
- h) Una *identidad* como soporte del Estado-nación cimentada a partir del reconocimiento de los elementos históricos derivados del proceso de la Independencia, la Revolución y la modernización del país durante el siglo xx, que sirvieron como cemento ideológico para integrar a la población alrededor de un proyecto cultural hegemónico.

Cuadro 1
Estructura formal de los poderes públicos
que conforman la Tercera República

<i>Conformación histórica de la Tercera República nacional</i>	<i>Poderes constitucionales que componen la Tercera República</i>	<i>Organismos de gobierno que conforman cada poder republicano*</i>
Estructura del gobierno republicano en México	Poder Ejecutivo	Secretaría de Gobernación (Segob)
		Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE)
		Secretaría de la Defensa Nacional (Sedena)
		Secretaría de Marina (Semar)
		Secretaría de Seguridad Pública (SSP)
		Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)
		Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol)
		Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnap)
		Secretaría de Energía (Sener)
		Secretaría de Economía (SE)
		Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa)
		Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT)
		Secretaría de Contraloría y Desarrollo Administrativo (SCDA)
Secretaría de Educación Pública (SEP)		

Estructura del gobierno republicano en México	Poder Ejecutivo	Secretaría de Salud (SS)
		Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS)
		Secretaría de la Reforma Agraria (SRA)
		Secretaría de Turismo (ST)
		Consejería del Ejecutivo Federal (CEF)
	Poder Legislativo	Congreso General (CG)
		Cámara de Senadores (CS)
		Cámara de Diputados (CD)
	Poder Judicial	Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN)
		Tribunal Electoral (TE)
		Tribunales Colegiados de Circuito (TCC)
		Tribunales Unitarios de Circuito (TUC)
		Juzgados de Distrito (JD)
		Consejo de la Judicatura Federal (CJF)
Jurado Federal de Ciudadanos (JFC)		
Tribunales de los Estados y del Distrito Federal (TJEJDF)		

* Nota: Las instituciones del gobierno mexicano que conforman los diversos poderes constitucionales de la Tercera República nacional, desde 1917 en adelante, se han modificado en cada sexenio político, creando o suprimiendo los nuevos organismos adecuados para respaldar los diversos procesos de gobernabilidad específicos que encaran múltiples desafíos en las distintas administraciones públicas.

Fuentes: "Ley Orgánica de la Administración Pública Federal" (2009); "Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos" (1999); "Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación" (2009).

Cuadro 2
Principales lenguas indígenas en México

<i>Jerarquía de la lengua</i>	<i>Lenguas indígenas</i>	<i>Número de hablantes</i>
1	Náhuatl (Nahuatlahtolli)	1 659 029
2	Maya (Maay)	892 723
3	Mixteco (Tu'un savi)	510 801
4	Zapoteco (Binizaa)	505 992
5	Tzotzil (Batz'i k'op)	356 349
6	Tzeltal (Batz'il K'op)	336 448
7	Otomí (Hñähñü)	327 319
8	Totonaco (Tachiwin)	271 847
9	Mazateco (Ha shuta enima)	246 198
10	Chol (Ch'ol, Laktyan)	189 599
11	Huasteco (Téenek)	173 233
12	Chinanteco (Tsa jujmí)	152 711
13	Mazahua (Jñatio)	151 897
14	Purépecha (P'urhépecha)	136 388
15	Mixe (Ayüük)	135 316
16	Tlapaneco (Me'phaa)	119 497
17	Tarahumara (Rarámuri)	87 721
18	Zoque (O'de püt)	60 093
19	Amuzgo (Tzañcue)	48 843
20	Chatino (Cha'cña)	47 762
21	Tojolabal (Tojolwinik otik)	44 531
22	Popoloca (Tuncápxe)	44 237
23	Chontal de Tabasco (Yokot t'an)	43 850
24	Huichol (Wixárika)	36 856
25	Mayo (Yoreme)	34 770
26	Tepehuano (O'dami)	30 339
27	Triqui (Xnanj nu'a, Stnanj ní, Nanj ní'inj, Tnanj ní'inj)	24 491
28	Cora (Nayeeri)	19 512
29	Popoloca	18 926
30	Huave (Ikoods)	16 135

EL "ESTADO MESTIZO"

31	Cuicateco (Nduudu yu)	15078
32	Yaqui (Yoeme)	15053
33	Kanjobal (K'anjobal)	10833
34	Tepehua (Hamasipini)	10625
35	Pame (Xigüe)	9768
36	Mame (Qyool)	8739
37	Chontal de Oaxaca (Slijuala sihanuk)	5534
38	Chuj	2143
39	Tacuate	2067
40	Chichimeca jonaz (Uza)	1987
41	Guarijío (Warihío)	1905
42	Matlatzinca (Botuná)	1500
43	Chocho (Runixa ngiigua)	1078
44	Pima (O'odham)	836
45	Kekchí (K'ekchí)	835
46	Lacandón (Hach t'an)	731
47	Jacalteco (Abxubal)	584
48	Ocuilteco (Tlahuica)	522
49	Seri (Cmiique iitom)	518
50	Ixcateco	406
51	Quiché (Q'iché)	286
52	Cakchiquel (K'akchikel)	230
53	Paipai (Akwa'ala)	221
54	Cucapá (Es péi)	206
55	Motocintleco (Qatok)	186
56	Kumiai (Ti'pai)	185
57	Pápago (Tohono o'odam)	153
58	Kikapú (Kikapooa)	144
59	Ixil	108
60	Cochimí (Laymón, mtí'pá)	96
61	Kiliwa (Ko'lew)	55
62	Aguacateco	27
63	Otras lenguas (Ópata, Solteco y Papabuco)	337

Fuente: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (2000).

- i) Una moneda de intercambio económico plasmada en el peso mexicano como intermediario monetario de las relaciones económicas realizadas en el territorio nacional, con sus respectivos altibajos históricos de valor real según son las coyunturas financieras por las que atraviesa la sociedad mexicana.

La conjunción de todos estos elementos de poder histórico-estructural creó una República nacional independiente, con capacidades de soberanía y autonomía, que pudo enfrentarse a los poderes imperiales externos y gobernar al país bajo otra perspectiva más democrática y justa. Dicha nueva gobernabilidad nacional se caracterizó por ejercerse dentro de un moderno orden jurídico establecido por la sociedad mexicana para contar con un nuevo pacto social de convivencia colectiva que le permitió alcanzar otro modelo de desarrollo nacional (cuadro 3).

De esta manera, emergió el paradigma jurídico-político formal del Estado nacional que, con diversas características y procesos, gobernó a la sociedad mexicana durante las últimas décadas del siglo xx y se convirtió en la figura legítima de referencia del poder dentro de la cultura en México.

EL SURGIMIENTO DEL ESTADO MESTIZO

No obstante la conformación histórica de la realidad estatal de la Tercera República convencional en México con sus diversos elementos de poder constitutivos para gobernar al país, dicha realidad no fue estática, rígida ni definitiva, sino que se transformó activamente con base en el ritmo en que surgían los nuevos fenómenos de poder. Éstos modificaron la estructura hegemónica tradicional mediante la transformación de cada uno de sus elementos de fuerza conformadores de la gobernabilidad. En consecuencia, para entender con claridad la realidad del Estado-nación mexicano en el siglo xxi, es necesario abandonar las posiciones ideológicas oficialistas y reconocer que Estado no es una realidad acabada, sino un producto social histórico en constante mutación que se ha edificado de forma distinta según los diversos momentos de evolución por los que han atravesado las fuerzas de poder dominante de la sociedad.

Cuadro 3
Elementos históricos constitutivos
del Estado y de la Tercera República

<i>Etapa histórica de evolución del Estado y de la República</i>	<i>Elementos históricos conformadores del Estado de la Tercera República</i>	<i>Características de los elementos constitutivos del Estado en la Tercera República</i>
Tercera República	Territorio	El territorio geográfico del Estado mexicano en el siglo XXI abarca una superficie de 1 972 550 km ² . Dicha área territorial se encuentra situada en la parte más meridional de América del Norte, entre el Océano Pacífico al sur y al oeste, y el Golfo de México y el mar Caribe al este. México limita al norte con los Estados Unidos y al sureste con Belice y Guatemala. Está colocado en la decimoquinta posición mundial en la lista de los países ordenados por mayor superficie geográfica.
	Población	El Estado mexicano cuenta con una población total de 106 700 000 habitantes a los que gobierna. Esta situación ubica al país como la nación hispanohablante más poblada del mundo. La composición étnica de la población mexicana es 55% de mestizos, 29% de amerindios y 15% de población blanca (INEGI, 2010).
	Forma de gobierno	La dirección del país fue conducida por un gobierno republicano compuesto por 32 entidades federativas, con tres poderes públicos divididos y complementarios entre sí, que son el poder Ejecutivo, el poder Legislativo y el poder Judicial.

Tercera República	Organización jurídica	La organización jurídica del país quedó definida por el contenido de la Constitución de 1917 y las posteriores leyes secundarias o los reglamentos operativos que se aprobaron para llevar a cabo los preceptos constitucionales.
	Soberanía	Los tres poderes constitucionales son los máximos poderes soberanos que legítimamente reconoce la Constitución para conformar al Estado-nación y dirigir a la sociedad.
	Capacidad de aplicación de la fuerza o de la coerción	El Estado mexicano posee la ejecución legítima de la fuerza o coerción física que se realiza a partir del ejército, la marina, la policía y otros cuerpos especializados de la seguridad nacional.
	Lengua	México es un país pluricultural, con el español como lengua materna de 98% de la población, así como 65 lenguas indígenas distribuidas a lo largo de todo el territorio nacional.
	Cultura o ideología	La ideología que se formó en la Tercera República fue la de la cultura nacionalista, con fuerte acento posrevolucionario.
	Identidad	La identidad nacional que construyó el Estado mexicano se cimentó a partir del reconocimiento de los elementos históricos derivados del proceso de la Independencia, la Revolución y la modernización del país durante el siglo xx.
	Moneda de intercambio económico	El peso mexicano es la unidad de intercambio monetario de las relaciones económicas que se dan en el territorio nacional, con sus respectivos altibajos históricos de valor real.

En este sentido, siguiendo la lógica constitutiva del Estado moderno, podemos decir que, conforme un sector o grupo social de poder es capaz de crear los mismos elementos básicos que conforman al *Estado clásico* –su territorio, población, aparato de gobierno, organización jurídica, capacidad de aplicación de la fuerza o violencia, lengua, cultura, identidad, hegemonía, moneda, etcétera–, ya sean reconocidos doctrinariamente o no por la teoría tradicional establecida sobre el Estado, en la realidad cotidiana tales entidades de fuerza pasan a formar parte *de facto* del *Estado concreto* que funciona todos los días en nuestras vidas. Dicha nueva transformación puede darse bajo dos modalidades: por una parte, en la medida en que sólo se modifican algunos de sus elementos constitutivos, la nueva entidad de poder que surge se convierte en una nueva área o faceta del Estado concreto; y por otra, en la proporción en que se transforma la mayoría de sus factores conformadores, éstos dan origen a otro nuevo tipo de Estado concreto con sus propios elementos de fuerza y funciones dentro de la estructura del *Estado jurídico* convencional.

La contundencia de la acción del nuevo Estado o la nueva rama postiza del Estado concreto dependerá del grado de consolidación que alcancen cada uno de los elementos estructurales que configuran al Estado como entidad rectora del conjunto social; es decir, del nivel de afianzamiento que obtenga la realización de su territorio, población, capacidad de aplicación de la violencia genuina, legitimidad jurídica, aparato de gobernabilidad, cultura, ideología, moneda, etcétera.

Esto significa que, en la medida en que evolucionen sólidamente en conjunto tales elementos de poder público, estaremos ante el surgimiento de un *nuevo* Estado concreto o frente a un nuevo rasgo estructural del Estado que impactará relevantemente sobre la dirección global del país, la formación de la hegemonía y la gobernabilidad nacional, con lo que se cuestionará la existencia del Estado jurídico convencional.

Por lo tanto, en la etapa de la modernidad tecnológica, el Estado nacional, mediante un fenómeno histórico de hibridación o cruzamiento institucional de poderes, sufrió nuevas modificaciones que cambiaron su naturaleza y sus funciones rectoras básicas. Así, las transformaciones graduales que a lo largo de varias décadas experimentó el Estado-nación posrevolucionario en cada

uno de sus elementos estructurales constitutivos, dieron origen a un nuevo fenómeno de naturaleza híbrida, mixturada o cruzada que generó un nuevo tipo de Estado mestizo.³ Éste tuvo su correspondiente nueva República histórica, de naturaleza altamente mediático-política, que modificó el escenario del Estado contemporáneo en el país. De esta forma, el Estado mestizo nació como aquel fenómeno histórico híbrido de poder rector nacional, que surgió en la etapa moderna de evolución de la sociedad mexicana, con la suma de la estructura jurídico-política del Estado formal tradicional, surgido de los movimientos de la Independencia y la Revolución, y el agregado de los modernos procesos mediáticos, políticos y culturales, que afloraron desde 1950 con la introducción de las tecnologías electrónicas de difusión colectivas en el país y sus derivados interactivos de sociedad de redes. Este trascendental cruce de poderes rectores generó una nueva realidad histórica que produjo al *Estado mestizo*, compuesto por la conformación del Estado jurídico-político convencional más la fuerza del poder mediático avanzado en el país.

Una de las formas de repercusión de esta nueva realidad histórica fue la generación de la *hegemonía mestiza* y de la *gobernabilidad híbrida*, que son aquellos hechos de dirección colectiva ya no sólo creados por la acción dominante del Estado jurídico convencional derivado de la Tercera República, sino gestados por la conjunción de las acciones del Estado jurídico tradicional más las acciones derivadas de las mediaciones políticas que introdujo o impuso el nuevo *poder mediático*. Es decir, son fenómenos políticos, sociales e ideológicos vinculados con la rectoría nacional que poseen las mismas características rectoras que le

³ La realidad mestiza del Estado contemporáneo no se entiende desde la conceptualización antropológica o histórica tradicional del término, es decir, como la fecundación que se produce por la mezcla de la cultura española con la cultura indígena o entre la población blanca y la negra, lo cual origina otra situación racial combinada, sino que la asimilamos en un sentido sociológico: como la suma de diversas fuerzas totalmente distintas que se amalgaman entre sí y dan origen a una nueva realidad híbrida con diversas características y funciones que repercuten de manera diferente sobre la conformación y dirección de la sociedad. En este sentido, a nivel de la gobernabilidad de los poderes rectores nacionales, se comprende el mestizaje como el hecho que se genera en México por la mezcla de la Tercera República con el *poder mediático electrónico* contemporáneo, lo cual genera una nueva realidad de poder dominante híbrido que puede denominarse como *Estado mestizo*.

corresponden al Estado convencional, pero con los agregados mediático-políticos que introdujo el avance de las tecnologías de comunicación.

Por ello, para entender la nueva etapa de evolución en la que se encuentra el Estado mexicano heredado desde los movimientos de la Independencia y de la Revolución, ahora es indispensable examinar el nuevo fenómeno del Estado mestizo que ha emergido en México con su correspondiente nueva *Republica mediática*, surgida en el país con los cambios estructurales que introdujeron las tecnologías electrónicas de difusión colectivas en la vida cotidiana del México contemporáneo. Sólo así comprenderemos que estamos en otra fase de desarrollo histórico del Estado nacional, el cual ya no corresponde a los ideales de los movimientos emancipadores que le dieron vida en siglos pasados; sino que, en México, a principios del siglo XXI, estamos ante la acción de un Estado mestizo, nuevo paradigma histórico encargado de la gobernabilidad cotidiana de la nación. Por consiguiente, es urgente que precisemos intelectualmente cuáles son sus características, sus procesos de acción, las consecuencias sociales que provoca y la dirección auténtica hacia la que va el futuro del país.

EL PODER MEDIÁTICO Y LA MUTACIÓN HISTÓRICA DEL ESTADO MODERNO

La comprensión de la nueva realidad histórica que alcanzó el Estado mexicano a principios del tercer milenio, desde una concepción pragmática o sociológica de aquél, exige contemplar el desarrollo y la actuación de las grandes redes de medios de difusión colectivos y de las nuevas tecnologías de información a lo largo de las últimas décadas como factores de transformación radical del *espacio público* en el país. Es decir, para descubrir al nuevo Estado que se conformó en el México del siglo XXI, es indispensable reconocer el lugar privilegiado que han alcanzado las herramientas de transmisión de información masiva para construir y dirigir a la sociedad mexicana moderna.

Por consiguiente, si no consideramos la nueva realidad mediática, no descubriremos el nuevo panorama de la mutación del Estado-nación en México, pues se continuará arrastrando al siglo

xxi, como todavía vigente, la vieja concepción ya inoperante de la estructura y la dinámica del Estado tradicional que funcionó durante los siglos xix y xx en la historia nacional, pues emergió otra realidad mediática que la ha modificado radicalmente. Ahora, es indispensable reconstruir la nueva realidad del *Estado concreto* o *Estado real* que ha brotado en México desde los nuevos vectores del macropoder, emergidos en los albores del siglo xxi, y que actúan con todo ímpetu en la sociedad.

Dentro del conjunto de las nuevas variables históricas que han conformado al Estado moderno en México figuran los medios masivos como trascendentales fuerzas de poder transformadoras del *espacio público* que construyen cotidianamente el conocimiento colectivo, la afectividad comunitaria, las interacciones sociales, el ánimo masivo, los procesos de representatividad social, la distribución de la energía humana, los comportamientos civiles, etcétera, de los grandes grupos sociales en la República, lo cual impacta medularmente sobre el proceso de edificación del Estado nacional en nuestro país. De aquí la importancia de analizar la nueva centralidad que han alcanzado las *industrias culturales* contemporáneas sobre la reproducción cotidiana de la sociedad mexicana para comprender cómo su acción ha modificado las viejas estructuras del Estado, de la República y de la nación tradicional, lo que ha dado origen a nuevos hechos de poder en el ámbito público-estatal en el siglo xxi.

**LA CONSTRUCCIÓN DEL NUEVO ESTADO MEXICANO:
DE LA TERCERA REPÚBLICA NACIONAL
A LA CUARTA REPÚBLICA MEDIÁTICA**

Pese a que se constituyó el Estado-nación a lo largo de más de dos siglos como la principal cabeza rectora de la sociedad, y pese a que la presencia de éste dio una nueva estabilidad y desarrollo histórico a las comunidades mexicanas, con la existencia del nuevo *espacio público mediático* de naturaleza netamente virtual que lentamente construyeron las *industrias culturales* electrónicas, particularmente audiovisuales, a lo largo del siglo xx y principios del xxi, se modificaron las reglas y las dinámicas tradicionales con las que nuestra sociedad nacional antaño se articulaba, orga-

nizaba y participaba colectivamente. Mediante ello, se produjo un profundo cambio en la jerarquía de poderes y fuerzas que conformaban el esqueleto del poder y de la movilización cotidiana de nuestra sociedad convencional, donde los medios de difusión masivos se convirtieron en el centro del poder político, cultural, mental, emocional energético y espiritual cotidiano de la República: los medios se transformaron en los grandes sistemas nerviosos y los cerebros colectivos edificadores de la nueva *plaza pública* y en las principales redes neuronales centrales elaboradoras de la conciencia diaria que organizan y dirigen a la sociedad.

De esta manera, con el nuevo posicionamiento estratégico que alcanzaron los medios de difusión colectivos, especialmente los electrónicos, dentro del conjunto de fuerzas que inciden y luchan para edificar la dinámica de poder y para dirigir a la comunidad nacional, estos medios se convirtieron en instituciones nodales para conformar al *Estado real*, a la *República cotidiana* y a la sociedad mexicana ordinaria. Es decir, a diferencia de las etapas históricas anteriores –en las que el tradicional Estado-nación mexicano se formó a partir de la realización de sistemáticos procesos políticos, ideológicos, jurídicos, movilizaciones de masas, realización de grandes consensos colectivos, legitimaciones históricas, formación de fuertes clientelismos, etcétera–, a finales del siglo xx y principios del siglo xxi, además de seguir operando las dinámicas reguladoras anteriores para consolidar al Estado mexicano, la construcción de éste también se dio paralelamente con la expansión de las tecnologías de información electrónicas y cibernéticas masivas y de sus respectivas culturas mediáticas específicas que se introdujeron en el país.

Mediante el desarrollo de dichos recursos tecnológicos modernos se gestó un nuevo tejido social que dio origen a un nuevo conocimiento colectivo, el cual, a su vez, creó un nuevo *espacio público* o *plaza pública virtual*. Esta realidad permitió el funcionamiento de otra forma de participación social, en primera instancia, mediante el nuevo espacio público mediático y, en segunda, por medio del *ciberespacio*. Ello generó el surgimiento de nuevas zonas ampliadas de poder que impactaron sustancialmente en las estructuras y dinámicas tradicionales de los procesos de reproducción cotidiana de las comunidades mexicanas.

Así, a partir del crecimiento de estos nuevos espacios virtuales, las estructuras de poder del antiguo Estado burocrático posrevolucionario de principios del siglo xx entraron en periodos de crisis, y, a partir de las novedosas tecnologías de información masivas que se incorporaron al territorio de lo *público*, emergieron nuevas dinámicas de expansión, complementación, oposición o incluso anulación de las tareas tradicionales que ejecutaba el Estado-nación. El desarrollo de la televisión, la radio, los satélites, las redes informáticas, la *banda ancha*, el *cuádruple play*, la fibra óptica, los teléfonos celulares, los sitios de internet, los derivados interactivos, etcétera, introdujo la presencia de la *sociedad de la información* en el país; no obstante, lo que esto causó no sólo fue la creación de un nuevo tejido tecnológico comunicativo de las comunidades; en el fondo lo que se constituyó fue la ampliación o formación de un nuevo entramado de *poder mediático* colectivo, que alcanzó una eficacia muy relevante para dirigir y organizar diariamente a la sociedad y, en consecuencia, para construir el *nuevo Estado real* contemporáneo.

Esta transformación histórica –basada en la modernización de las tecnologías de difusión– fue sumamente vertebral pues, en última instancia, lo que introdujo fue la renovación de los *aparatos ideológicos* del Estado-nación moderno que actualizaron los mecanismos del poder rector tradicional. En consecuencia, el cambio y la innovación tecnológica no sólo significaron nuevos mecanismos de eficiencia, rapidez, abundancia, intensidad, versatilidad, actualización, modernidad, etcétera, para ejecutar las dinámicas informativas, sino que fundamentalmente representaron la metamorfosis del esqueleto y de la mecánica de operación del Estado republicano convencional, de sus formas de poder y de las vías concretas para dirigir a las comunidades.

De esta forma, la profunda transformación histórica de la estructura y esencia del Estado mexicano tradicional se dio por el fenómeno del *Estado ampliado*, que se generó a partir de la expansión de los medios electrónicos de difusión sobre el tradicional tejido que articulaba a las células sociales, y a partir de la proyección del resto de las instituciones mediante nuevas infraestructuras virtuales de representación de la realidad e interacción comunitaria.

En este sentido, a partir de la expansión de la nueva realidad mediática, después de la Revolución mexicana, la historia cultu-

ral y mental del siglo xx en México, particularmente en las ciudades, se dividió en dos periodos sustancialmente distintos: antes y después de los medios colectivos de información, particularmente electrónicos. Desde la presencia de los canales de difusión masivos, se introdujeron colectivamente múltiples mediaciones tecnológicas y culturales en el funcionamiento social, que modificaron radicalmente la forma personal, grupal e institucional de informar, recibir, escuchar, ver, conocer, sentir, pensar, desear, soñar, imaginar, decidir, actuar, organizarnos y proyectarnos comunitariamente en el país. Es decir, se transformaron radicalmente los hábitos de conocer, interactuar y ser, individual y colectivamente, en la sociedad.

La transformación que experimentaron la esencia del Estado mexicano y el esqueleto del *espacio público* con la actuación de las tecnologías de difusión colectivas en México fue tan sustancial, que modificó la estructura y el funcionamiento de los poderes públicos que se heredaron de las etapas anteriores de la historia nacional. Así, reinterpretando la historia de la formación del Estado y de la conformación de la República de los últimos doscientos años, constatamos que, con la gradual inclusión de la nueva variable mediática en el ámbito superestructural de la sociedad mexicana, al concluir la Revolución mexicana en 1921 se alcanzó el establecimiento de un nuevo pacto social colectivo con los acuerdos posrevolucionarios. Mediante ello se fundó la Tercera República nacional, que se conformó con la presencia y acción de los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial para crear un nuevo orden público de fuerzas equilibradas con contrapesos institucionales que permitieron la convivencia social en concordia.

En esta etapa, el poder ideológico independiente de la Iglesia ya no significó un problema o peligro para la estabilidad del Estado-nación, porque la fuerza persuasiva de ésta ya estaba desmantelada con la instrumentación de las reformas juaristas que desacralizaron el poder público gubernamental y crearon una nueva realidad de gobierno y cultura laica. Es necesario recordar que en esos periodos la Iglesia buscó crear otro país distinto al que pretendían construir los movimientos emancipadores del siglo xix, y, en ese sentido, dicha institución se convirtió en el principal obstáculo para el avance de la democracia de esa época;

por ejemplo, la Iglesia controlaba la economía, la política, las elecciones, la cultura, la moral, la educación, etcétera, elementos que conformaron a la sociedad mexicana durante muchas décadas.

Con dichas reformas juaristas se le arrebató a la Iglesia la dirección ideológica de la sociedad mexicana, y ésta pasó a manos del aparato educativo, los ateneos culturales y otros organismos formadores mentales de la época, que estaban modelados por las directrices establecidas desde los tres poderes públicos constitucionales que conformaban la estructura de la República. Así, durante el principio del siglo xx, las diversas comunidades de la sociedad posrevolucionaria estuvieron gobernadas por las mediaciones políticas, administrativas, coercitivas, educativas e ideológicas de los tres poderes públicos de la Tercera República: el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial. Dicha Tercera República funcionó durante el siglo xx creando un nuevo orden estabilizador que integró al país alrededor del proyecto de crecimiento como República nacional federada, y que alcanzó su éxito con la fase de desarrollo estabilizador conocida como el “milagro mexicano”.

Sin embargo, no obstante la consolidación histórica del Estado nacional durante muchas décadas como la máxima entidad rectora del país, con la gradual introducción de las tecnologías electrónicas de información de masas en México, con la radio en 1920 y la televisión en 1950, el poder ideológico de las *industrias culturales* creó paulatinamente nuevas mediaciones de carácter virtual que impactaron drásticamente las estructuras económicas, políticas, sociales y mentales que antes había creado el poder estatal en la sociedad mexicana, y lentamente se desbordó la esfera de acción, control y orientación político-cultural formada por el Estado posrevolucionario tradicional para gobernar al país. En pocas décadas, este moderno poder empresarial-tecnológico-informativo entró en una nueva fase de desarrollo vertiginoso que rebasó los controles jurídicos y políticos convencionales de la Tercera República y se fue conformando paralelamente como un poder ideológico independiente que adquirió tanta fuerza, que pudo competir y enfrentarse a los otros tres poderes republicanos formales, incluso, en algunos casos, los reformuló, los desafió, los superó y hasta los sustituyó.

De esta forma, a partir de que los medios ocuparon el lugar central en la conformación de la estructura del poder ideológico con-

temporáneo del país, se constató que, si a mediados del siglo xx el Estado mexicano estaba constituido por los tres poderes formales autónomos y divididos entre sí, a principios del siglo xxi, en términos reales, el Estado mexicano cotidiano quedó compuesto por cuatro poderes concretos: los tres poderes formales tradicionales y un reciente *poder fáctico*, que es el nuevo *poder mediático*. Debido a sus nuevas y grandes capacidades tecnológico-sociales, conquistó silenciosamente grandísimas cuotas de poder e influencia que lo convirtieron ideológica y políticamente en el *poder del poder*, el cual subordinó y presionó progresivamente a los otros poderes constitucionales del Estado-nación para someterlos a su voluntad empresarial e imponer su proyecto de construcción de la sociedad, la economía, la política y, por supuesto, los seres humanos.

En este sentido, con la consolidación del nuevo *poder mediático*, especialmente de 1960 en adelante, se conformó lentamente la *Cuarta República*, que dio origen a la nueva *República mediática* en el siglo xxi con su respectiva mutación estatal y social. Así, con el surgimiento de los medios de difusión colectivos en el siglo xx y la aplicación del marco jurídico *a modo* que les permitió su expansión monopólica empresarial, se permitió la superconcentración de un nuevo poder ideológico-político-informativo de naturaleza oligopólica. Dicha acumulación de fuerza comunicativa se transformó en un sólido poder político alternativo que gradualmente fue disputando las funciones rectoras del Estado tradicional y fundó informalmente la nueva Cuarta República mediática, especialmente en las urbes del país.

La emergencia histórica de la Cuarta República mediática no brotó por azar, surgió debido a que el *poder mediático* fue conquistando los mismos factores medulares de gobernabilidad que componían al Estado-nación de la Tercera República. De esta manera, durante el siglo xx, el poder tecnológico-organizativo-empresarial de los medios de difusión colectivos, de manera informal y silenciosa, fue construyendo su propio territorio, población, capacidad de aplicación de la violencia, organización jurídica, lengua, cultura o ideología, identidad, moneda de intercambio, etcétera, que le permitieron operar como un nuevo *Estado virtual* paralelo, el cual constituyó la moderna Cuarta República mediática por la que participó en el proceso global de rectoría de la sociedad mexicana.

Cuadro 4
Infraestructura de radio y televisión por entidades federativas en México.
Estaciones autorizadas al 31 de marzo de 2010

Número	Entidad federativa	AM	FM	Onda corta	Radio	Televisión	Televisión digital terrestre
1	Aguascalientes	11	4		15	5	0
2	Baja California Norte	32	30		62	23	11
3	Baja California Sur	12	10		22	18	0
4	Campeche	9	2		11	10	0
5	Coahuila	37	27		64	32	1
6	Colima	10	5		15	12	0
7	Chiapas	26	7	1	34	25	0
8	Chihuahua	52	27		79	31	4
9	Distrito Federal	25	22	1	48	9	9
10	Durango	18	2		20	10	1
11	Guanajuato	36	14		50	6	6
12	Guerrero	24	11		35	20	0
13	Hidalgo	6	4		10	4	0
14	Jalisco	44	25		69	16	5

15	Estado de México	13	8		21	7	2
16	Michoacán	36	6		42	22	0
17	Morelos	3	14		17	3	0
18	Nayarit	16	3		19	8	0
19	Nuevo León	28	23		51	9	7
20	Oaxaca	22	6		28	23	0
21	Puebla	21	14		35	6	2
22	Querétaro	9	7		16	5	2
23	Quintana Roo	9	2		11	11	0
24	San Luis Potosí	19	8		27	16	0
25	Sinaloa	35	10		45	14	0
26	Sonora	51	28		79	29	0
27	Tabasco	16	7		23	13	0
28	Tamaulipas	42	28		70	36	11
29	Tlaxcala	2	2		4	0	0
30	Veracruz	67	24		91	16	2
31	Yucatán	15	6	1	22	9	0
32	Zacatecas	13	4		17	13	0
Totales		759	390	3	1 152	461	63

Fuente: Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRTV) (2010); Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) (2009).

Los medios de transmisión electrónicos, particularmente la televisión, paulatinamente instauraron su propio territorio gracias a la gran cobertura electrónica virtual que alcanzaron con alto grado de penetración en todo el territorio nacional y en el mundo en general. En este sentido, con la expansión de las tecnologías de información electrónicas, la sociedad mexicana se convirtió poco a poco, desde mediados del siglo xx, en una comunidad altísimamente mediatizada en sus procesos de intercambio y participación políticos, culturales, psíquicos y espirituales, lo cual dio origen a la sociedad tecnológicamente mediada.

Así, el alto grado de penetración de las *industrias culturales* en la vida cotidiana de los mexicanos logró que, en 1998, el país contara con un sistema complejo de satélites, Morelos II, Solidaridad I y Solidaridad II, que cubren todo el territorio mexicano y otras partes del continente americano (el sistema de satélites Morelos I ya terminó de operar con vida útil). En cuanto a los medios escritos, México contaba con 400 periódicos de circulación local y 192 revistas, la mayoría de circulación nacional y de periodicidad variable. Y, finalmente, en relación con las agencias de información, convivían 59 agencias de noticias, de las cuales 14 eran nacionales y 45 internacionales, con 64 corresponsales extranjeros, 57 de periódicos y 7 de revistas.⁴

En cuanto a los medios electrónicos, se logró que en 2010 existieran 1 152 concesiones de radio en la República mexicana, de las cuales 759 eran de amplitud modulada (AM) y 390 de frecuencia modulada (FM). En cuanto a la televisión, se logró que existieran 524 concesiones, de las cuales 461 eran de televisión abierta y 63 de televisión digital terrestre (cuadro 4).

En cuanto a la televisión restringida en el país, también tuvo un desarrollo acelerado, pues logró alcanzar, en 2009, la cifra de 8027000 suscriptores (cuadro 5). Esta rápida evolución permitió que, en 1986, pasara de 18.1 suscriptores por cada 1000 habitantes, a 84.6 suscriptores por cada 1000 habitantes en 2010 (gráfica 1).

Actualmente, la televisión está presente en casi todos los hogares de México. En 1970 había 57 televisores por cada 1000 personas; en 2000, había 219 televisores por cada 1000 personas, cuatro veces más que 30 años antes. La televisión por cable se

⁴ "Información relevante sobre medios de comunicación en México", 1998.

duplicó tan sólo en ocho años, pues pasó de 1 250 000 suscriptores en 1995, a 2 600 000 para 2003 (Vázquez, 2005:5); para 2006 el segmento de suscriptores de dicha industria creció 13.6% más en relación con 2004, y la televisión por microondas aumentó 29.5% ("Más suscriptores de televisión", 2006:21).

Cuadro 5
Evolución de los suscriptores de televisión restringida de 1995 a 2009 en México (Miles de suscriptores)

<i>Año</i>	<i>Televisión por cable</i>	<i>Televisión vía microondas</i>	<i>Televisión vía satélite</i>
1995	1250	286	n.d.
1996	1450	236	n.d.
1997	1383	267	152
1998	1616	288	308
1999	1972	352	491
2000	2221	349	668
2001	2493	338	869
2002	2528	272	980
2003	2659	512	1000
2004	2952	692	1128
2005	3400	874	1180
2006	3972	725	1339
2007	4338	729	1449
2008 P/	4825	691	1524
2009 P/	5122	465	2440
		Total	8027

Fuente: Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) (2009b).

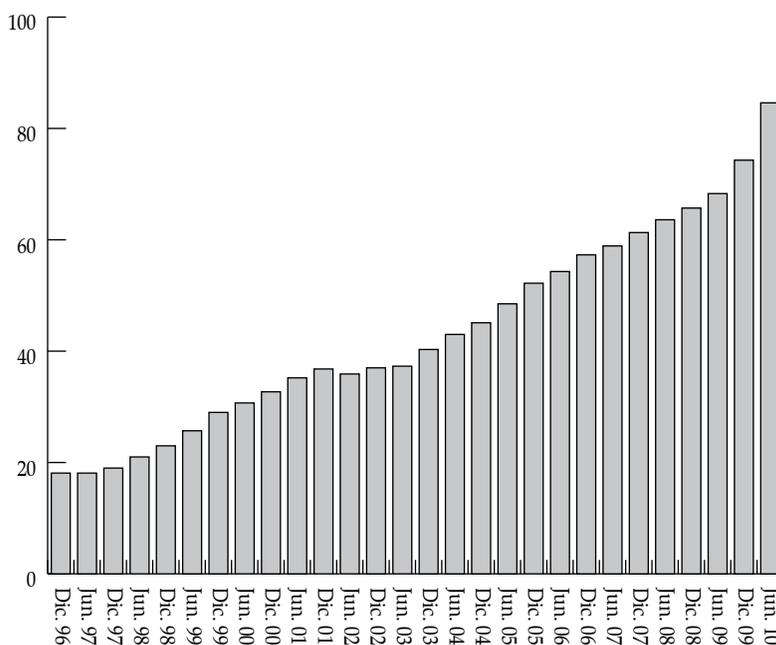
Dicha realidad, con sus diversas facetas, constituyó la base técnico-material con la que operó el Estado mestizo y su consecuente Cuarta República mediática en México, desde el último tercio del siglo xx hasta la fecha. Éstos establecieron su población

singular mediante la formación de los auditorios o públicos especializados de cada medio electrónico que generaron asiduos radioescuchas o televidentes específicos para cada canal colectivo de difusión.

Esta tendencia de proliferación acelerada del tejido tecnológico sobre el campo de acción de la sociedad se acentuó tanto, sobre todo en el terreno audiovisual, que la televisión se convirtió para las comunidades, especialmente urbanas, en la principal fuente de conocimiento y educación cotidiana de la realidad. Así, la multiplicación y penetración tecnológica de esta gran infraestructura informativa en el país, principalmente electrónica, contribuyó a modificar de manera sustancial los hábitos culturales de la vida cotidiana de los mexicanos, en particular, en el núcleo familiar.

Gráfica 1

Penetración de la televisión restringida de 1996 a 2010 en México



Fuente: Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) (2010).

En esta forma, al final del siglo xx, el promedio de exposición de la familia mexicana a la televisión fue superior a 49.5 horas por semana, lo que hizo de los mexicanos los habitantes que más veían televisión en todo el continente americano, con un promedio diario superior a las cuatro horas ("Un estudio reveló...", 1998; "Los mexicanos pasan...", 1998). Sin embargo, para principios del siglo xxi, esta tendencia se incrementó: "los adultos en las ciudades vieron en promedio 11 horas de televisión a la semana, y estimándose que a la edad de 70 años una persona en México habrá pasado entre siete y diez años de su vida frente a un televisor" (Vázquez, 2005:5). Los adolescentes entre 12 y 17 años en las zonas urbanas ven actualmente 14 horas de televisión a la semana; la mitad de los niños de entre los seis y once años ven diariamente tres horas o más de televisión en promedio, y esta práctica va en aumento con la expansión vertiginosa de los nuevos sistemas de televisión por cable, la suscripción a domicilio, la televisión directa, las tecnologías de comunicación interactivas, la expansión de las nuevas tecnologías de información y las campañas mercadológicas para conquistar el aumento de exposición diaria a los medios audiovisuales ("La violencia televisada...", 1992).

De esa tendencia, 81% de los menores de edad observaron la televisión, sin ninguna supervisión, 25 horas a la semana en promedio. Los temas que más se difundieron en 2005 dentro de la programación de los monopolios televisivos fueron chismes (89%), violencia (83%), vulgaridad (80%) y desorden sexual (18%) ("Ve 81% de los menores la tv sin supervisión", 2005).

Con esta transformación tecnológica y cultural, a principios del nuevo milenio, la población mexicana se transformó de una cultura de lectores a una cultura de televidentes. Los medios audiovisuales tuvieron mucha influencia en la formación de sus gustos, valores, imaginarios, actitudes, opiniones, deseos, conductas, mentalidades y visiones de la vida. Esta asombrosa expansión tecnológica y material de los medios de información creó una sociedad mexicana altamente mediatizada en sus procesos colectivos de interacción, y cambió radicalmente las formas tradicionales de convivencia, organización, participación e inserción comunitarias.

Los medios crearon su específica forma de gobierno a partir de la acción de los poderes mediáticos altamente concentrados y cada vez más monopólicos, que influyen ideológica y política-

mente sobre el proceso cotidiano de gobernabilidad del país. Tal modalidad de gobierno en ocasiones actúa en alianza con el Estado nacional o de forma independiente presionando al Estado para incorporar sus intereses particulares como necesidades colectivas.

Los medios fincaron su soberanía concreta a partir de su gran perfeccionamiento tecnológico y de su eficiente forma de organización empresarial privada que les permitió adquirir crecientemente más fuerza económica, política, ideológica, mental y emocional, lo cual que les otorgó una autonomía práctica sobre la rectoría del Estado-nación tradicional y sobre la sociedad. Dicha independencia les permite presionar al Estado constitucional, al grado de poder imponer sus particulares intereses mediático-empresariales sobre éste y sobre el resto de las comunidades civiles.

Los medios aplicaron su propia violencia social desde el momento en que se volvieron las instituciones públicas con la mayor capacidad de aplicación masiva de la coerción simbólica y, en algunos casos, hasta la coerción física directa, como sucedió con Televisión Azteca cuando se apoderó, mediante acciones violentas, del Canal 40 en la ciudad de México. A diferencia del *Estado jurídico-político* tradicional que todavía concentra el monopolio del ejercicio de la violencia física para controlar a la población, el gran desarrollo tecnológico comunicativo que alcanzaron los medios de difusión colectivos permitió que conservaran las industrias culturales, especialmente electrónicas, el ejercicio cotidiano del monopolio de la violencia simbólica a partir de la información que difunden mediante su programación cotidiana.

Los medios crearon sus propios lenguajes mediáticos especializados con base en el manejo de imágenes, estereotipos y locuciones colectivas ágiles de coyuntura. En la actualidad, el desarrollo de los lenguajes más avanzados y extendidos no se realiza en las prácticas pedagógicas de la escuela, las casas de cultura ni los organismos culturales del Estado de la Tercera República; sino se efectúan mediante la enorme y rápida creatividad virtual que se concentra y fluye en las industrias comerciales mediáticas privadas que convierten sus mensajes en propuestas cada vez más atractivas para los receptores.

Los medios formaron sus oportunas identidades mediáticas rápidas y versátiles, basadas en estereotipos o prototipos culturales colectivos que funcionan oportunamente para articular a los

diversos públicos. Por ejemplo, la expresión "güey" ha sido puesta en boga en la mayoría de la juventud mexicana por la programación "exitosa" que han transmitido las industrias electrónicas masivas, y hoy se ha convertido en la primera expresión para reconocer o interpelar a otro en la vida cotidiana.

Finalmente, los medios generaron su moneda de intercambio social por medio de la transmisión del *valor de cambio simbólico* de las mercancías, creado a partir de las cualidades o los atributos artificiales que culturalmente se les incorporan a los productos o a los servicios que difunden la publicidad y las barras programáticas de la información masiva. De esta forma, alimentaron sustancialmente el proceso cultural del *fetichismo de las mercancías*, con el cual reencantan cotidianamente la conciencia de los espectadores, dando otro sentido mágico a sus vidas cotidianas (cuadro 6).

De esta forma, fue a partir del funcionamiento privatizado y monopolizado del *espacio público mediático* –por medio de la presencia y acción de las tecnologías de difusión colectivas que conformaron el *Estado ampliado* en México desde mediados del siglo xx– que surgió otra faceta histórica del tradicional Estado derivado de la Tercera República: la emergencia informal de la *Cuarta República mediática* a finales del siglo xx y principios del XXI.

Así, a pesar de haberse edificado el Estado-nación como instancia rectora para conducir el crecimiento de la sociedad mexicana a lo largo de muchas décadas, éste se transformó sustancialmente con la presencia de los medios electrónicos de difusión colectivos y con la introducción de las nuevas tecnologías de información colectiva en nuestro territorio. De esta manera, la estructura, la dinámica y los procesos de acción cotidiana del Estado nacional mexicano se modificaron gradualmente en forma esencial, lo cual dio origen a nuevas realidades de gobernabilidad mediática que compitieron con la tradicional labor estratégica de dirección colectiva que antaño había concentrado el Estado-nación mexicano convencional.

Cuadro 6
Elementos históricos de poder que componen
al Estado-nación de la Tercera República y al Estado mestizo
de la Cuarta República mediática en México

<i>Elementos constitutivos del Estado-nación</i>	<i>Elementos constitutivos de los poderes constitucionales del Estado de la Tercera República</i>	<i>Elementos constitutivos del Estado mestizo y de la Cuarta República mediática</i>
Territorio	El territorio geográfico del Estado mexicano en el siglo XXI abarca una superficie de 1972550 km ² .	Cobertura electrónica virtual que se edificó con alto grado de penetración en todo el territorio nacional y en el mundo en general.
Población	El Estado mexicano cuenta con una población total de 106700000 habitantes a los que gobierna.	Auditorios o públicos especializados de cada medio que formaron radioescuchas o televidentes específicos y recurrentes para cada medio de difusión electrónico.
Forma de gobierno	La dirección del país fue conducida por un gobierno republicano compuesto de 32 entidades federativas, con tres poderes públicos divididos y complementarios entre sí, que son el poder Ejecutivo, el poder Legislativo y el poder Judicial.	Poderes mediáticos altamente concentrados y cada vez más monopólicos que influyen de forma ideológico-política sobre el proceso cotidiano de gobernabilidad del país.
Soberanía	Son los máximos poderes soberanos que legítimamente reconoce la Constitución Mexicana para conformar al Estado-nación y dirigir a la sociedad.	A partir de su gran perfeccionamiento tecnológico y de su forma de organización empresarial privada, adquieren crecientemente más fuerza económica, política e ideológica, la cual les da una autonomía práctica sobre la rectoría del Estado nación tradicional.

Capacidad de aplicación de la fuerza, violencia o coerción	Posee la ejecución legítima de la fuerza o coerción física que se realiza por medio del ejército, la marina, la policía y otros cuerpos especializados de la seguridad nacional.	Son las instituciones públicas que cuentan con la mayor capacidad de aplicación masiva de la violencia simbólica y, en algunos casos, hasta del ejercicio de la fuerza física directa.
Cultura o ideología	La ideología que se formó en la Tercera República fue la de la cultura nacionalista, especialmente con fuerte acento posrevolucionario.	Crean constantes culturas mediáticas y específicas de cada medio de difusión colectiva, que superan las conformaciones educativas que construye el Estado tradicional.
Lengua	México es un país pluricultural, con el español como la lengua materna de 98% de la población, así como 65 lenguas indígenas distribuidas a lo largo de todo el territorio nacional.	Producen sus propios lenguajes mediáticos especializados con base en el manejo de imágenes y locuciones muy ágiles de coyuntura, como es, por ejemplo, la expresión "güey", que ha sido puesta en boga en la juventud mexicana por las industrias electrónicas.
Identidad	La identidad nacional que construyó el Estado mexicano fue un fenómeno lento que se cimentó a partir del reconocimiento de los elementos históricos derivados del proceso de la Independencia, la Reforma, la Revolución y la modernización del país durante el siglo xx.	Por medio de su programación, crean rápidas y versátiles identidades mediáticas basadas en estereotipos o prototipos culturales colectivos que funcionan oportunamente para articular a los diversos públicos.
Moneda de intercambio	El peso mexicano es la unidad de intercambio monetario que define el <i>valor de uso</i> de las relaciones económicas que se dan en el territorio nacional.	Los medios crean el <i>valor de cambio</i> simbólico de las mercancías a partir de las cualidades artificiales que les incorporan a los productos o a los servicios que difunde la publicidad y sus barras programáticas de información masiva.

En este sentido, en los últimos doscientos años de evolución de la comunidad nacional, ésta no se transformó únicamente de una sociedad religiosa a una sociedad laica liberal, de una sociedad rural a una sociedad urbana, de una sociedad analfabeta a una sociedad alfabetada, de una sociedad de grupos a una sociedad de masas, de una sociedad autocrática a una sociedad semidemocrática, de una sociedad cerrada a una sociedad abierta, de una sociedad local a una sociedad globalizada, etcétera; sino que también evolucionó de una sociedad con un fuerte Estado-nación tripartita de la Tercera República a una sociedad con un *Estado* mediático inmaterial de la Cuarta República mediática en México.

VI. EL IMPACTO DE LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN MASIVOS EN LA EMERGENCIA DE LA CUARTA REPÚBLICA MEDIÁTICA

La presencia y conformación del nuevo *Estado mestizo* que surgió en el México moderno exige contemplar necesariamente que, debido a las nuevas capacidades tecnológicas, materiales y empresariales conquistadas por los medios de información colectivos y privados, especialmente los electrónicos, y a las transformaciones urbano-políticas que se dieron paralelamente en el país, estos medios aumentaron sustantivamente su eficacia de transmisión informativa, de persuasión extensa y de creación de nuevos fenómenos de saber o consensos masivos sobre los auditorios, lo cual los convirtió en el centro del poder ideológico y político. De esta forma, con la nueva dinámica de socialización masiva que generaron los medios, éstos modificaron el *espacio público mediático* y transformaron gradualmente la estructura del Estado-nación, creando al *Estado mestizo*, uno de los signos distintivos que caracterizan el proceso de gobernabilidad de la historia moderna de México.

En este sentido, de haber sido instrumentos de difusión relevantes en la década de 1960, de transformarse en instituciones importantes de socialización en la década de 1970, y de convertirse en el *cuarto poder* político a partir de 1980 como corresponsables del poder en México, a principios de 2000 se transformaron en el vértice del poder actual, modificaron radicalmente la *esfera pública* y, con ello, afectaron la rectoría del Estado-nación. Es

decir, ya no sólo son simples instituciones importantes de transmisión de información o el *cuarto poder*, sino que, ahora, en los albores del siglo XXI, se han convertido en el *primer poder ideológico*⁵ de la sociedad, el cual influye determinadamente sobre la conformación de la *esfera pública* que actúa sobre el destino de la sociedad mexicana.

Este corrimiento de posiciones hegemónicas en el proceso de transformación de la esfera comunicativa, ocasionado por la revolución tecnológica de la sociedad, no se dio de igual forma en todos los medios de información colectivos, sino que se gestó con gradualidades institucionales; pues los menos desarrollados tecnológicamente, como la prensa, continuaron operando como el *cuarto poder*, mientras que los más avanzados tecnológicamente, como la radio y la televisión, se colocaron estructuralmente como el primer poder ideológico contemporáneo en el país. A principio del nuevo milenio, la prensa permaneció siendo un espacio de difusión con menor cobertura, pero con mayor pluralidad, en la que se discuten las ideas y se informa de manera más crítica a la sociedad; y los medios electrónicos de comunicación masiva se transformaron en las zonas con mayor cobertura, pero con menor pluralidad, a partir de la cual por lo cotidiano se dirige y reordena ideológicamente al conjunto social de la nación.

Así, los tiempos de los medios electrónicos como *cuarto poder* en el México del siglo XX ya concluyeron, y ahora, en el siglo XXI, surgió la época de las industrias electrónicas como *primer poder ideológico* con sus respectivas consecuencias políticas, sociales, culturales, energéticas y espirituales que producen cotidianamente sobre la población.

Esta nueva ubicación histórica de los medios electrónicos de información en la jerarquía de fuerzas que dirigen a la sociedad contemporánea, que conformó gradualmente un nuevo tipo de

⁵ Por primer poder ideológico se entiende la principal fuerza cultural que fija, tanto en los momentos de hegemonía como en los de crisis social, las características y la dirección ideológica de valores, principios, creencias, imaginarios, anhelos, cosmovisiones, sentidos, etcétera, que influyen sobre los comportamientos y articulan a los individuos y las comunidades de las sociedades contemporáneas occidentales. Para ampliar este concepto, analícese Esteinou (2000:7-51, [<http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos.htm>]).

Estado nacional, no se conquistó por voluntarismos, caprichos, casualidades o juegos de retórica del poder establecido; sino se alcanzó, por una parte, debido a las múltiples transformaciones que estos medios sufrieron de forma silenciosa en su estructura material de operación como mediadores tecnológicos masivos de los sujetos,⁶ y, por otra, debido a los factores de mutación extracomunicativa complementaria que surgieron en las estructuras mentales y formas de vida cotidianas de la actual sociedad mexicana. Dichas transformaciones medulares fueron las siguientes: la gran revolución de la infraestructura técnica de los canales de comunicación y la consecuente transformación global del proceso de comunicación colectivo; la modificación de realidades extracomunicativas en el seno de las comunidades; el enorme poder tecnológico-cultural que los medios conquistaron sobre la sociedad; su organización como sectores empresariales privado-comerciales eficientes; normatividades comunicativas débiles y anacrónicas; el debilitamiento de la posición rectora del Estado nacional en materia de comunicación; la fragilidad creciente del proyecto cultural de la República; la desintegración familiar; y finalmente, su capacidad creciente para conquistar el tiempo libre y los imaginarios de la sociedad.

En primer término, debido a que los medios electrónicos de difusión se incorporaron paulatinamente como innovaciones tecnológicas que operaron como nuevos intermediarios técnicos entre las relaciones culturales comunicativas de los ciudadanos, estos medios introdujeron cambios sociales muy relevantes que transformaron los procesos de comunicación colectivos y, con ello, modificaron la esfera ideológica y la estructura de comportamientos de la sociedad mexicana del siglo xx. Dicho cambio tecnológico fue trascendental, pues generó una revolución que alteró el modo cotidiano de producción, distribución y consumo de la comunicación y de la cultura masiva; esto ocasionó profundas mutaciones en el funcionamiento y la reproducción habitual de los conglomerados humanos de la sociedad mexicana de mediados del siglo xx en adelante.⁷ De esta forma, la gran revo-

⁶ Para ampliar el conocimiento de este fenómeno, véase Martín (1985b).

⁷ En este aspecto es necesario puntualizar que los cambios tecnológicos siempre afectan el funcionamiento social, en el sentido de que a toda revolución tec-

lución de la infraestructura tecnológica de los canales de comunicación gestó la transformación radical de aspectos netamente comunicativos, como fueron la obtención de ágiles potencialidades avanzadas para producir, difundir e internar datos y sentidos sobre las conciencias de los habitantes en todos los rincones del territorio nacional. Así, en poco tiempo, los medios alcanzaron la mayor cobertura de difusión de toda su historia; una gran velocidad instantánea de transmisión de símbolos, imágenes y sonidos; una gigantesca capacidad de perfeccionamiento virtual de sus lenguajes; un significativo avance técnico; una fuerte versatilidad semiótico-cultural; una omnipresencia en todas las coordenadas geográficas; una enorme penetración mental; y finalmente un sólido poder persuasivo y de movilización de los auditorios masivos.

En segundo término, durante muchas décadas en el país se dieron diversos fenómenos estructurales extracomunicativos en el seno de las comunidades, los cuales afectaron sustancialmente los procesos de comunicación por la vía indirecta. Así, se gestó el cambio de la distribución de la población entre el campo y la ciudad a mediados del siglo xx; la superconcentración demográfica en las ciudades; el incremento de la vivienda de tipo vertical (hogar en condominio) y no horizontal (casa unifamiliar); la severa reducción gradual del espacio físico de la vivien-

nológica le sigue necesariamente una transformación social. Así, cada revolución tecnológica supone alguna reorganización social profunda que origina nuevas formas de división técnica y social del trabajo, las cuales afectan la estructura de las clases sociales, de las relaciones sociales y de los valores [Martín, 1985a:204].

Sin embargo, *las nuevas tecnologías determinan la orientación del cambio social sólo cuando son utilizadas como nuevos medios de producción*. Más concretamente, una nueva generación de inventos hace entrar en crisis a la sociedad cuando destruyen el valor productivo de las herramientas o técnicas de trabajo hasta entonces utilizadas. De lo dicho se deduce que un artilugio técnico, por sofisticado que sea, si se incorpora al equipamiento de una sociedad que no esté fatalmente avocada a transformar toda innovación en una herramienta para aumentar la productividad, no tiene por qué cambiar esa sociedad. Los ejemplos históricos para ilustrar esta afirmación son muy numerosos, y aquí será suficiente referirse a uno: como es sabido, la pólvora y el hierro fundido no produjeron ni la minería intensiva ni la industria de fundición en China, a pesar de que ambas técnicas se utilizaron en aquel país siglos antes que en Europa. En rigor, cabría imaginar *otra* sociedad en la cual la última innovación en las comunicaciones no supusiese una crisis de su aparato de producción, de su cultura y de sus valores (Martín, 1985a:204).

da al pasar de 150 m en la década 1950 a 30 m en la década de 2000; 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 por las noches; la crisis de las instituciones tradicionales ético-morales (familia, escuela, iglesias, organizaciones culturales, estructuras de identidad, etcétera); la reducción del consumo de calorías por parte del espectador al exponerse a los medios electrónicos, a diferencia del incremento del consumo energético que se da por la interacción con los medios impresos o racionales; la caída de los sistemas de valores convencionales, particularmente éticos, humanistas y religiosos en nuestro país, etcétera. Todo este nuevo contexto de la vida cotidiana, especialmente en las urbes, facilitó que la población quedara más expuesta a los medios electrónicos de difusión colectivos y a su seductora sugestión virtual. Así, estos fenómenos extracomunicativos actuaron integralmente como elementos indirectos muy importantes que permitieron al poder de penetración y persuasión de los medios acentuarse más y adquirir una fuerza pedagógica superior a cualquier otra industria cultural para socializar cotidianamente los campos de conciencia de la población con sus contenidos.

En tercer término, provocado por el enorme poder tecnológico-cultural que los medios conquistaron sobre la sociedad, su estructura de funcionamiento institucional poco a poco rebasó las formas de organización política sexenal con las que se integró la clase política del viejo Estado mexicano, y trascendió los límites burocráticos e institucionales que fijó el gobierno, con lo cual se conformaron como sectores empresariales privados. Esta acumulación de poder les permitió organizarse en sólidos sectores privados empresariales, monopólicos y oligopólicos, nacionales y transnacionales, de poder político-cultural casi autónomo que presionaron los límites, las estructuras y las formas de operación del Estado, de sus órganos de gobierno y de la sociedad en general, hasta el grado de crear un nuevo Estado dentro del Estado. De tal forma, los medios se conformaron como poligrupos mediático-empresariales, nacionales y transnacionales; por una parte, abarcaron la administración de un conjunto de medios de información relativos al complejo corporativo de la escritura, el sonido, la ima-

gen, el cable, los satélites, internet y las redes digitales; por otra parte, incluyen otras actividades empresariales de la economía, especialmente de las ramas comerciales, financieras, de las telecomunicaciones, automotrices, de la aviación, del entretenimiento, de las apuestas y bancarias.

En cuarto término, los medios se transformaron en un sector empresarial privado-comercial muy eficiente que, cada vez más, adquiere un peso muy significativo dentro de las economías nacionales y transnacionales para la generación del producto interno bruto (PIB), para la realización del circuito general del proceso económico y para la acumulación de capital.

En quinto término, debido a normatividades comunicativas débiles y anacrónicas en este terreno, la sociedad toleró que los medios se desarrollaran y se reprodujeran con su propia dinámica de industrias monopólicas, sobrepasando cualquier límite o principio que les significara un impedimento para expandirse con "éxito"; en algunos casos llegaron a comportarse al margen de la ley con tal de alcanzar sus objetivos oligopólicos ampliando las consecuencias de dicho abandono jurídico. Se puede decir que:

[...] las leyes para los medios de comunicación en algunos casos son tan obsoletas que casi nunca se aplican o no registran los avances tecnológicos que han ocurrido en ese campo en las últimas cuatro décadas. Al margen de este marco jurídico desactualizado, los dueños de empresas radiodifusoras y periodísticas suelen establecer arreglos casuísticos con el poder político para conservar su fuerza. Y sobre todo, persiste la ausencia de una reglamentación específica que ampare los derechos de los ciudadanos ante posibles abusos de los medios [Trejo, 2004:7-8].

En sexto término, ocasionado por la reprivatización de la *esfera pública* y por el adelgazamiento del gobierno, el Estado se debilitó y abandonó gradualmente su posición rectora de la sociedad, por lo que se volvió un simple gerente de los intereses de los monopolios comunicativos. De esta forma, dejó la lucha y la protección de las principales causas comunicativas de los grandes sectores sociales, que son los que fundamentalmente dan vida y sentido al Estado como instancia dirigente.

En séptimo término, desde hace varias décadas, el proyecto cultural de la sociedad mexicana entró en una fase creciente de

fragilidad y decadencia de sus contenidos. Por ejemplo, en 2005, "la escolaridad promedio apenas era de siete años, y existían más de 10 millones de personas mayores de 15 años con menos de tres años de educación básica. Por lo tanto, no debe extrañarnos que en México sólo se lea un libro al año, que el 40% nunca revise un texto y que el 12% no tuviera un sólo ejemplar en su casa" (Vázquez, 2005:6). Esta situación provocó que la población adoptara crecientemente los marcos conceptuales, culturales, educativos, axiológicos, ideológicos y virtuales de las industrias mediáticas, y no los de otros soportes culturales escritos o pedagógicos, lo cual tuvo sus respectivas consecuencias civilizatorias: a mayor grado de educación escolarizada, menor impacto de los mensajes de los medios de difusión colectivos, y viceversa. Así, observamos, que las generaciones actuales leen menos, ven más televisión y escuchan más radio. "Aunque en los últimos siete años se vio con aliento que se incorporaron nuevos diarios en México, resultó paradójico que sólo el 16% de los mexicanos mayores de 15 años lea el periódico diariamente; y no dejó de ser preocupante que sólo 45% de cada 100 recurra a los medios impresos para informarse de lo que pasa en la política" (Vázquez, 2005:5-6). De esta forma, los indicadores constatan que los referentes cotidianos de los ciudadanos mexicanos para informarse, construir su opinión diaria y actuar socialmente, provienen crecientemente de los medios radiotelevisivos, y no de las fuentes escritas que impulsó el Estado nacional durante muchas décadas.

En octavo término, la desintegración familiar que se acentuó significativamente en México en las dos últimas décadas, sobre todo en las grandes ciudades, ocasionó que, como forma de huida, desconexión o distracción frente al incremento habitual de la tensión hogareña, los miembros de la familia se refugiaron más en ver la programación televisiva para soportar la agresiva realidad circundante, que en establecer contacto con los demás miembros de la célula familiar. Así, encontramos que se intensificó la desestructuración de la familia mexicana en los últimos años por el aumento de gritos y violencia casera derivados del acrecentamiento de los problemas económicos, las migraciones, los divorcios, las frustraciones, las adicciones, la carencia de afecto, las dificultades de convivencia, los problemas de comunicación, las contrariedades en la conducta o en la educación de los hijos, la coerción,

especialmente contra la mujer, etcétera. Esto provocó que entre 80 y 90% de la convivencia hogareña se centrara en ver televisión o consumir alimentos, y no en otras actividades de encuentro familiar, como dialogar o jugar entre sí ("En el 2004 se duplicó la violencia...", 2005; "Se agudiza la desintegración...", 2006; "Hay gritos en el 51% de los hogares", 2006). Incluso, cuando las familias urbanas conviven, la actividad número uno que realizan es sentarse juntos alrededor de la televisión para verla ("Advierten brechas de padres a hijos", 2006) (cuadro 7).

Cuadro 7
Actividades que realizaron juntos los miembros de familias mexicanas en zonas urbanas en 2006

<i>Actividad familiar</i>	<i>Porcentajes</i>
Ver televisión	87.7
Cenar	84.3
Desayunar	80.2

Fuente: "Encuesta nacional sobre dinámica familiar" (2006).

Y finalmente, en noveno término, la vida cotidiana de todos los individuos del siglo XXI, especialmente en las grandes ciudades, está conformada por cinco grandes momentos existenciales que determinan diferenciadamente la manera como se construye su conciencia sobre la realidad, esencialmente colectiva: el *momento del sueño*, el *momento del trabajo*, el *momento de la reproducción de la vida cotidiana*, el *momento de la socialización* y el *momento del ocio*.

En el *momento del sueño*, que dura aproximadamente ocho horas diarias, los sujetos se desconectan de su esfera consciente y descansan para funcionar equilibradamente al día siguiente. En el *momento del trabajo*, que equivale aproximadamente a ocho, diez o más horas diarias, según el nivel de presiones económicas por las que se atraviesan, la tarea central de las personas es transportarse a su lugar de empleo y efectuar correctamente sus actividades. En el momento de la *reproducción de la vida cotidiana*, que representa aproximadamente dos horas diarias en promedio, la actividad fundamental de los seres es resolver las

necesidades de su hogar para poder funcionar en comunidad (limpiar la casa, preparar la comida, ir al supermercado, dar mantenimiento a los automóviles, atender a las mascotas, ir a la tintorería, acudir al salón de belleza, pagar los servicios domésticos, etcétera). El *momento de la socialización*, cuando cotidianamente se dedica una o dos horas diarias para tener contacto social con los demás, y en el cual los individuos se interrelacionan y establecen vínculos entre sí. Y finalmente, en el *momento del ocio*, que abarca aproximadamente una o dos horas todos los días, excepto los fines de semana o los periodos vacacionales, en los cuales se amplía más, los individuos se dedican primordialmente a descansar y recuperarse energéticamente del desgaste de la jornada laboral diaria y semanal.

Así, en los primeros cuatro momentos de vida (sueño, trabajo, reproducción de la vida cotidiana y socialización), los individuos normalmente no amplían su conciencia sobre la realidad colectiva que los rodea, sino que se dedican a dormir, trabajar, auto-conservarse, interrelacionarse y sobrevivir, excepto en el periodo del trabajo, cuando se transportan a sus labores y escuchan la radio o leen periódicos y libros en los trayectos viales, y con ello, expanden su marco de conocimientos. Salvo excepciones, es fundamentalmente hasta el *momento del ocio*, cuando los habitantes desarrollan su capacidad diaria de toma de conciencia y de ampliación de su imaginación para recrearse como los seres que ya son, o para re-crearse o inventarse de nueva forma.

Sin embargo, por las condicionantes cotidianas de la vida moderna, es en este *tiempo de ocio* y de construcción de la conciencia individual sobre lo personal y lo comunitario, cuando los sujetos mantienen un contacto cotidiano primordial con los medios de difusión colectivos para entretenerse, gozar, divertirse, informarse, pensar, crear, evadirse o enajenarse; y por consiguiente, es esencialmente en esta zona de la cotidianidad donde adquieren vinculación con los flujos informativos masivos que les permiten ampliar sus imaginarios y su visión de la vida y de la sociedad, según sea la versión ideológica que reciben de cada una de las tecnologías de comunicación con las que conviven. Esto significa que el poder imaginario, desde el cual se reproducen subjetivamente las personas y los grupos de manera cotidiana, gira cada vez más significativamente alrededor del complejo simbólico de

la propuesta de los contenidos mediáticos, y no de otros sistemas culturales o de vinculación social.

Con ello, las *industrias culturales* alcanzan, en el momento del ocio, la capacidad estratégica de reproducir la imaginación de la sociedad y definir su forma de ser y de anhelar. Así, la creación de la imaginación colectiva y las acciones de transformación sociales concretas que de ahí se derivan progresivamente dependen más de los contenidos mediáticos de información, y no de otras riquezas provenientes de las estructuras culturales. Por lo tanto, los modelos mentales dominantes de la vida, los valores, la sociedad, la cultura, la memoria, la historia, el ser humano y el planeta, se construyen crecientemente desde los significados que transmiten los medios de difusión colectivos, y no de otras instancias de socialización ideológica.

Dicho cambio estructural histórico que conquistaron las *industrias culturales*, especialmente durante la segunda mitad del siglo xx y principios del siglo xxi, modificó la tradicional correlación de fuerzas culturales anteriores y, así, ahora creó una nueva sociedad altamente mediatizada, por medio de la cual se transformó sustancialmente todo el orden de la vida cotidiana pero, especialmente, el terreno de lo *público*, del Estado y del resto del sistema social contemporáneo. A partir de estas mutaciones estructurales de los sistemas comunicativo-culturales y de otras más que se acumularon gradualmente, se generaron la presencia y acción históricas del *Estado mestizo* y de la *Cuarta República mediática* en México.

La consolidación de los medios de información colectivos como los principales mediadores tecnológicos

Mediante el reforzamiento histórico de los procesos tecnológicos, urbanos y sociales que colocaron a los medios de difusión colectivos como el *primer poder ideológico* en el México moderno, éstos maduraron como tales, al grado de convertirse en los principales intermediarios técnico-culturales de las relaciones sociales diarias que se efectúan en la sociedad nacional. De esta manera, los medios de difusión se posicionaron centralmente como las instituciones modernas más importantes para la generación de "la

comunicación pública que les provee a los miembros de la comunidad de relatos (orales, escritos, imágenes) mediante los cuales se les propone una interpretación del entorno (material, social, ideal) de lo que en él acontece” (Martín, 2004:40).

Así, dichas mediaciones tecnológicas proponen representaciones del tiempo, del espacio y de lo que acontece; logran que nuestra conciencia se historicice, es decir, que encuadre el conocimiento de la realidad en modelos históricamente determinados. Tales modelos mediadores intervienen para dar un sentido a las experiencias concretas que van a ser incorporadas a nuestra visión del mundo, pero también participan a nivel de operaciones mentales generales con las que manejan esas experiencias (Martín, 2004:56). En esta forma, surgió la *comunicación pública*, que es una de las actividades colectivas destinadas a proveer de la información necesaria para la reproducción de la comunidad (Martín, 2004:56).

Las organizaciones estatales y privadas a las que se les encomienda la producción de la *comunicación pública* son instituciones sociales mediadoras que tienen la misión de establecer una afectación entre lo que cambia en el entorno y lo que se transforma en la conciencia de las personas. Comparten esta función social con otras instituciones socializadoras, tales como la Iglesia, la escuela, la familia, etcétera (Martín, 2004:141).

Sin embargo, aunque la *comunicación pública* es eventualmente cauce informativo para los intercambios familiares, también es un modo social de comunicación que ya se ha desprendido de la organización del parentesco y se diferencia porque requiere de sus propias instituciones o, si se prefiere, porque se apoya en otra organización distinta (Martín, 2004:88). Así, el tratamiento diferenciado de la información que afecta a la comunidad en su conjunto y como un conjunto, supone la correspondiente especialización en funciones diferenciadas en el seno de la sociedad. A partir de esa especialización, la *información pública* llega a organizarse institucionalmente, y se reconoce como legítimo un modo sistemático de adquirir, procesar y distribuir las noticias que conciernen a los intereses colectivos. Surge un sistema de *comunicación pública* institucional, identificable porque poseerá unos rasgos distintivos más o menos formalizados según la complejidad que alcance el uso de la información en la colectividad (Martín, 2004:89-90).

Dichos rasgos mediadores básicos son los que han adoptado los medios de información colectivos contemporáneos en la sociedad moderna nacional, y se caracterizan por manifestarse en las siguientes cinco facetas:

- 1) "La organización que tenga a su cargo la *comunicación pública* será considerada una institución de la comunidad, sin perjuicio de que se constituya sobre la base formal de organizaciones que satisfacen necesidades privativas de determinados grupos".
- 2) "El Sistema destinado a la *comunicación pública* se especializa, de modo prioritario y a veces exclusivo, para tratar con la clase de información que interesa o afecta a las instituciones sociales, sin perjuicio de que entre sus usos comunicativos figure, además, el intercambio de información que concierne a determinados grupos o intereses particulares".
- 3) "Los temas de los que cabe comunicar por un Sistema de comunicación institucional y el modo en que deben ser tratados están prescritos más o menos formalmente, sin perjuicio de que se traten otros no regulados. Ese tratamiento diferenciado contribuye a que los miembros de la comunidad distingan la información pública de cualquier otra, incluso de la información pública elaborada por otros grupos. Cualesquiera que sean las prescripciones que sirvan para diferenciar la comunicación institucional, se encontrará que los criterios de "información de interés colectivo", frente a "información de interés particular", y "tratamiento informativo propio de nuestras cosas" frente a "tratamiento comunicativo propios de las cosas ajenas" están en la raíz de su especialización comunicativa".
- 4) "La información pública ritualmente bien elaborada, cuando circula por un cauce comunicativo institucional, goza de la presuposición de que es confiable y de que propone un punto de vista autorizado".
- 5) "El Sistema tiene establecido quiénes pueden intervenir como Comunicantes, en qué ocasiones y a veces en qué lugares, cuando la información concierne a temas que tienen reconocido su carácter de *interés público*" (Martín, 2004:89-90).

En este sentido, desde la perspectiva de la influencia cognitiva, la *comunicación pública* es una de las actividades que interviene significativamente en la socialización de las personas (Martín, 2004:40) Ésta da, por medio de las narraciones que produce y difunde, la comunicación pública, y pone en relación los sucesos que ocurren con los fines y con las creencias en cuya preservación están interesados determinados grupos sociales (Martín, 2004:40)

De aquí, por una parte, el peso tan central que hoy día han alcanzado las *industrias culturales*, particularmente electrónicas, en la construcción psíquica, cultural y social del ser humano contemporáneo, especialmente en las megaurbes nacionales, pues son estas instituciones las que elaboran y circulan las principales narraciones o relatos sociales. Por otra parte, es de resaltar el lugar estructural tan estratégico que han conquistado en las dinámicas cotidianas de reproducción económica, política, cultural y espiritual de las comunidades humanas en el país. Dicha influencia persuasiva y estratégica que alcanzaron los medios de difusión colectivos sobre los diversos niveles de operación de la sociedad es la que logró a largo plazo la edificación del Estado mestizo con su correspondiente Cuarta República mediática.

La neutralidad tecnológica de los medios y su uso social

A partir del nuevo lugar estratégico que ocupan los medios colectivos de información, especialmente electrónicos, en el funcionamiento y la cotidianidad de México, se puede decir, en esencia, que éstos son macroherramientas colectivas, neutras en sí mismas, que sólo reflejan materialmente el grado de avance técnico que el hombre ha alcanzado sobre la conquista de la naturaleza física para poder informar, comunicar, organizarse, relacionarse, socializar y vincularse entre sí. Por lo tanto, desde el punto de vista del impacto político, su connotación, implicación o trascendencia social no reside en el tipo de conformación tecnológica que posee cada medio, pues materialmente cada uno es neutro en sí mismo; sino que fundamentalmente se deriva del modelo económico, político, cultural y social que administra y conduce a cada tecnología de información en las diversas coyunturas por las que atraviesa el desarrollo del sistema social.

En este sentido, los medios en sí mismos son sólo tecnologías imparciales, como el horno de microondas, la licuadora, el refrigerador, la lavadora, el automóvil, el avión, el barco, etcétera, que les sirven a los hombres para elevar su calidad de vida y resolver prácticamente los problemas que debe solucionar para poder existir. Sin embargo, su naturaleza social depende del proyecto para el que los medios sirven y, en consecuencia, la valoración social que les corresponde se derivará del propósito para el que se usan colectivamente. Por ejemplo, si todas estas máquinas se emplean para facilitar la vida cotidiana de los ciudadanos, entonces serán instrumentos positivos para el mejoramiento de la vida; pero, si esos recursos son empleados para justificar un fin degradado, como es el impulso al narcotráfico, la corrupción, el autoritarismo, la explotación humana, las masacres civiles, las invasiones, etcétera, entonces serán herramientas transmisoras de la desarmonía, la destrucción y la muerte.

De esta forma, el poder tecnológico conquistado por los medios de información colectivos puede servir para fortalecer a los hombres o para hundirlos, dependiendo de los objetivos de los proyectos económicos, políticos, sociales y culturales que los controlen y los administren. Así, por un lado, la fuerza ideológica y cultural de los medios puede ser utilizada para crear condiciones para el crecimiento educativo, psíquico y espiritual de los seres humanos; pero, por otro lado, los medios también pueden ser empleados como infraestructuras subjetivas para el sometimiento, la enajenación, la marginación y la explotación de los sujetos.

Por ello, para descubrir la función histórica que desempeñan las industrias culturales electrónicas en cada fase de la evolución social, además de reconocer las particularidades técnicas de cada institución de transmisión de información en términos de análisis de su repercusión social, lo que en última instancia debemos examinar, comprender y transformar es el modelo socio-histórico que existe detrás de cada una de estas industrias, y el cual, para bien o para mal, les da vida comunitaria. Esto es, lo que metodológicamente debemos examinar es el proyecto estructural de la intencionalidad que orienta y condiciona a los medios para su actuación colectiva, y no quedarnos en la observación e interpretación de las simples variables superficiales de su conformación tecnológica y vertiginosa evolución, pues estaríamos

percibiendo solamente la superficialidad de los macrofenómenos comunicativos contemporáneos, y no la verdadera función social que desempeñan.

En síntesis, el desafío para una comprensión más integral de los medios de información colectivos en la fase de la modernidad nacional se requiere, por una parte, la asimilación de su transformación material en nuevas tecnologías de la comunicación, neutras en sí mismas; por otra, es necesario el análisis de los proyectos económicos, políticos, culturales y espirituales que dan vida y guían a los medios para que afecten emocionalmente a las comunidades humanas. Es por medio de dicha precisión conceptual que se podrá determinar cuál es el sector económico, político y cultural que lleva la vanguardia histórica en la construcción del Estado mestizo y la Cuarta República mediática en México.

La transformación mediática del espacio público

En el contexto de la larga metamorfosis histórica que sufrió la *esfera pública* en México en las últimas décadas, es necesario destacar que, hasta antes de que los medios de difusión colectivos sugieran y actuaran, este ámbito social en el país era el territorio de expresión, discusión y búsqueda de consenso social de los intereses colectivos para resolver los pequeños problemas comunitarios y los grandes conflictos nacionales. En este sentido, el *espacio público* fungía como un área de interacción plural de los diversos sectores que componían a la sociedad en la que participaban distintos grupos estatales, privados, ciudadanos, religiosos, sexuales, etcétera, para realizar diversas tareas de expresión y polémica de sus múltiples intereses, solucionar sus necesidades de crecimiento, y ejercer diversas funciones especializadas de cada sector.

No obstante la presencia de esta realidad abierta y plural que construyó el viejo *espacio público*, la composición de dicha *esfera pública* no ha sido la misma en las diversas fases por las que ha atravesado la sociedad mexicana, especialmente en la etapa de la modernidad informativa, en la que ésta se ha convertido en un terreno altamente mediatizado por la acción de las tecnologías de difusión colectivas. Así, con la conquista histórica de sus nuevas

propiedades de transmisión física y con los nuevos fenómenos sociotecnológicos, políticos y materiales, los medios electrónicos de difusión colectivos se transformaron en las extensiones del hombre y de las instituciones; en consecuencia construyeron en el país una nueva zona de acción social donde actúan: el moderno *espacio virtual*.

En este sentido, la emergencia de los medios de transmisión masiva y de las nuevas tecnologías de información en México, no sólo representó la radical transformación de las superestructuras culturales de nuestras comunidades y la maduración del modelo de la *sociedad de la información*, 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 que no existía antes. En términos generales, mediante los canales de difusión masiva, 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.⁸

De esta manera, en la etapa contemporánea del desarrollo social, con la presencia de las tecnologías de difusión de información, la esfera pública se transformó sustancialmente de una plaza convencional de interacción tradicional con mecanismos lentos, rígidos, mecánicos, directos y anémicos de flujo de datos, en un *nuevo espacio público mediático* con mecanismos rápidos, flexibles, instantáneos, intermediados y abundantes de información.

El *espacio público* nacional –comprendido como el territorio libre, abierto y autónomo donde participan los individuos, los grupos y las instituciones de acuerdo con sus intereses y necesidades, para discutir y actuar sobre la *materia pública*– se transformó sustancialmente por la existencia de los medios de información, lo cual originó nuevas esferas públicas, según fueron las caracte-

⁸ Una concepción intuitiva pero también idealista sobre la forma como la sociedad se modifica con la presencia de las tecnologías informativas, se encuentra de manera embrionaria en el pensamiento de McLuhan (1979). Una crítica moderada al pensamiento de McLuhan puede consultarse en Gauraleri (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 MacBride (1985:31-36).

rísticas y el impacto social que produjo cada nueva tecnología de comunicación que emergió en México. Así, el espacio público tradicional, antaño constituido por la plaza, los jardines, los auditorios, los quioscos, los cafés, los portales, las alamedas, los atrios de las iglesias, los rincones de encuentro, los ámbitos de socialización, etcétera, fue gradualmente transformado por el desarrollo de las tecnologías de difusión masiva, por lo que recrea un nuevo *espacio público mediático*, el cual se caracterizó por ser la zona virtual en la que se encuentran e interactúan los individuos, grupos e instituciones para exponer sus intereses e intentar resolver sus necesidades.

Con este nuevo proceso de ampliación de las relaciones simbólicas, el espacio público moderno quedó construido en la zona de operación de los medios de difusión colectivos como intermediarios técnicos de las relaciones sociales; y, con ello, las tecnologías de información y los proyectos económicos, políticos, sociales, culturales y espirituales que existen detrás de éstas se convirtieron en los principales mediadores cotidianos de la reproducción social en el país.

Dentro de dicho nuevo espacio público y mediático actúa la sociedad en diversos niveles, se crea la opinión pública cotidiana y, desde ahí, se dirige ideológica y culturalmente a la sociedad contemporánea. Así, en este espacio público se dan acciones privadas y públicas. Las primeras responden a intereses particulares, la mayoría de las veces mercantiles y políticas; no están abiertas a la participación de todos los sectores, sino sólo a los que encajan con la lógica del mercado o del poder económico, político y cultural establecido. En cambio, las acciones públicas son colectivas y están abiertas a todos los sectores para discutir las realidades y los problemas de conjunto.

Así, con la introducción de las innovaciones tecnológico-comunicativas, se generaron en el país nuevos espacios colectivos, públicos y privados, dedicados a la realización de 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, el ocio, la seducción, la sexualidad, la imaginación, etcétera. La sociedad mexicana entró entonces en una fase de nuevos procesos culturales de consecuencias sociales amplificadas e insospechadas, las cuales le permitieron alcanzar una

de las características de las promesas de la modernidad, que es la fuerte mediatización de las interrelaciones sociales. Esto es, la revolución tecnológica de los medios de información convirtió a éstos en las herramientas básicas para construir lo *público* y actuar sobre la *cosa pública*.⁹

Sin embargo, no obstante que el *espacio público mediático* representa una verdadera ampliación tecnológica de la sociedad, en la realidad cotidiana solamente pueden participar ahí los sectores que tienen acceso abierto a las infraestructuras de transmisión colectiva; y los grupos que no cuentan con dicha posibilidad de intervención, quedan marginados de interactuar en ese moderno espacio público y se subordinan a la estructura y las reglas impuestas por los sectores dominantes que controlan esta nueva esfera del poder. Así, si el capital participa en este espacio público, puede realizar su dinámica de mercado; si el sistema de poder político también participa ahí, logra reproducir su orden establecido; si el aparato religioso incide en este espacio público, puede intensificar su trabajo evangélico, etcétera; pero los grupos que no pueden accionar colectivamente ahí mismo, quedan subordinados y deben plegarse a las normas que imponen los sectores que sí actúan por medio de este nuevo espacio público mediático.

En este sentido, con el rápido y vertiginoso desarrollo de las tecnologías de difusión colectiva, la principal zona del espacio público colectivo, particularmente político, ya no está construido por medio de las lentas, rutinarias y pintorescas áreas que ofrecían antaño los sitios tradicionales de socialización y de toma de conciencia colectiva, como fueron las alamedas, los quioscos, las plazas abiertas, las áreas de reencuentro humano, las zonas de entretenimiento, etcétera; sino que, ahora, dicho espacio está conformado por el nuevo sistema nervioso tecnológico que han edificado los canales de transmisión masivos. Es por ello que la zona de *lo público* quedó transfigurada radicalmente por la presencia de dichas tecnologías de difusión, lo cual nos obliga a re-

⁹ Por *cosa pública* se entiende los aspectos centrales puntuales que componen la agenda estratégica del desarrollo social, y que deben resolverse para que una comunidad o grupo crezca equilibradamente.

Para analizar la crisis contemporánea del *espacio público* y su transformación con la presencia de los medios de información colectivos, consúltese Ortega (2006:21-47).

flexionar, a comienzos del tercer milenio, sobre la existencia de un nuevo espacio público contemporáneo que se estructura alrededor del moderno fenómeno mediático, y del que depende, cada vez más y en un alto grado, el proceso de reproducción social cotidiana.

La estructuración del nuevo espacio público mediático en México se distinguió por adoptar gradualmente, a lo largo de varias décadas, las siguientes trece características estructurales, entre otras:

- 1) A partir del surgimiento de los medios de difusión colectivos, la realidad de *lo público* ya no es lo que precisa el contenido de la convencional teoría del Estado-nación, lo que ha definido la racionalidad política tradicional o lo que se determinó en la Constitución Política Mexicana de 1917, etcétera; sino que ahora es el nuevo espacio público mediático que han construido los medios de información masivos en la fase de la modernidad, con sus lógicas y procesos específicos de mediatización.
- 2) La edificación del nuevo espacio público mediático transformó el sentido tradicional de *lo público*, que era la franja espacial de discusión de los grandes problemas nacionales, convirtiendo lo privado en público, y *lo público* en privado. Así, *lo público* hoy se construye, cada vez más, con características mediáticas de fuerte sello privado y comercial. La acción de los medios transformó el habitual sentido común de *lo público*: este último se privatizó, y lo privado se colectivizó. Mediante ello, las leyes privadas del mercado, cada vez más, dominan el *espacio colectivo*, y la racionalidad pública edificada por el Estado y la política quedó acotada a terrenos más restringidos.
- 3) La operación de los medios de difusión masivos vació el usual espacio público colectivo de su naturaleza social porque lo mediatizaron despojándolo del proceso de comunicación para sólo convertirlo predominantemente en un sitio de generación de información, intermediada vía máquinas transmisoras de símbolos crecientemente más perfeccionadas.
- 4) Con la presencia y acción del espacio público mediático, el conocimiento colectivo de la realidad quedó progresivamente

mediado por la acción de la virtualidad de las industrias culturales, las cuales diariamente dan la "versión mediática" de lo que "sucede objetivamente" en la sociedad y de lo que es la "verdad social".

- 5) Las instituciones tradicionales de la sociedad aprovecharon el nuevo complejo del espacio público mediático y a partir del mismo se proyectaron como nuevo *espacio público tecnológico* para desarrollar sus específicas funciones de empresas sociales.
- 6) Por la mecánica controlada, monopolizada, concentrada y discrecional con la que se permitió y distribuyó históricamente el acceso a los medios de difusión masivos y, por lo tanto, a la participación social en el nuevo espacio mediático, éste quedó fundamentalmente administrado y dirigido por empresas privadas comerciales dominantes o instituciones vinculadas con el poder establecido, y se marginó la presencia de las grandes comunidades de la nación.
- 7) El surgimiento del espacio público mediático provocó una zona de distancia entre el Estado y sus representados al reducirse el contacto directo entre autoridades y ciudadanos, lo cual provocó una relación virtual entre pueblo y gobierno. Por ello, el Estado tradicional se convirtió progresivamente en un *Estado mediático* que intentó recobrar constantemente sus áreas de dominio político y social por medio de campañas de "mercadotecnia oficial", "cambio de imagen", "maquillaje informativo", "persuasión virtual", "governabilidad informativa", "spotización del liderazgo político", etcétera, a partir de los medios de difusión masivos.
- 8) La acción del espacio público mediático moderno ocasionó que el espacio público tradicional se comercializara y abandonara su raquílica dosis ciudadana y de *servicio público* que ya había logrado. Con esta tendencia, la dinámica del mercado dirigió progresivamente y con mayor fuerza el nuevo *espacio colectivo*, y la dinámica de lo *público* demandada por la sociedad permaneció en territorios más limitados.
- 9) Con la imposición del modelo de mercado sobre el *espacio mediatizado*, la cultura y la comunicación abandonaron cada vez más su carácter de fenómeno social, transformándose en una simple mercancía más regulada por las reglas del mercado.

- 10) El prototipo de difusión comercial se impuso como el nuevo arquetipo de la “comunicación colectiva” en el moderno espacio público mediático. Así, las reglas, los procesos, las dinámicas, los estilos, las estrategias, los recursos, la imaginación, los contenidos, etcétera, del proceso de la comunicación comercial fueron imitados y adoptados por las instituciones que se proyectaron en el nuevo espacio público mediático, y amoldaron su forma de vinculación con la sociedad por medio de la incorporación de dicho prototipo dominante privado de comunicación comercial.
- 11) La instauración del espacio público mediático, como área progresivamente central para la interrelación social, cambió de manera gradual el antiguo código de percepción racional –derivado del proceso de *lectoescritura*– por el nuevo modelo de percepción audiovisual, con la modalidad del *videoclip* como la cosmovisión más extendida para descifrar la realidad diaria contemporánea.
- 12) Los códigos de construcción comunicativa quedaron determinados por la lógica de interacción publicitaria que se convirtió en el proceso dominante para determinar lo que es “comunicativamente eficiente”. Lo que no se tradujo al modelo de comunicación publicitario tuvo poco éxito, y lo que se ciñó a tal prototipo de formación de la comunicación comercial triunfó más fácilmente.
- 13) Ante la tendencia dominante del espacio público mediático sobre la mayoría de la sociedad, y al conservar éste características del orden hegemónico establecido, las comunidades marginadas inventaron sus propios espacios de comunicación alternativa fuera del espacio público mediático y dominante para vincularse entre sí y realizar sus objetivos gremiales particulares.

Derivado de esta realidad, podemos decir hoy que lo *público* se construye, cada vez más, por medio de la agenda de programación de los medios privados de difusión con sus respectivas prioridades y jerarquías de valores, que se establecen dentro de éstos y no desde las políticas culturales del Estado-nación. Así, lo *público*, a principios del siglo XXI, progresivamente se edifica por medio de los noticiarios, las inserciones institucionales, los programas de

"chismes", las mesas redondas, la publicidad, las telenovelas, los *spots* políticos, las series de esparcimiento, los programas deportivos, las "barras femeninas", los audiovisuales ideológicos, los géneros juveniles, etcétera, y no mediante las directrices educativas y formativas del Estado mexicano contemporáneo.

Es por esto que, con la intervención de los medios de difusión social, lo que se transformó en México a corto plazo fue el esqueleto ideológico de la sociedad en su conjunto y a largo plazo, la estructura del Estado mexicano en conjunto, lo cual dio origen a otro tipo de *Estado híbrido*.¹⁰ Así, apareció 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 cual dio origen a la *sociedad extensa virtual*, es decir, la sociedad que se prolonga por el uso de las tecnologías de información y, a partir de éstas, ejecuta diversas funciones colectivas, incluso de carácter orgánico, para la reproducción cotidiana de la misma.

El surgimiento de la sociedad extensa y del Estado ampliado

Dentro de la *sociedad extensa* que construyen las *industrias culturales* electrónicas según sean sus características tecnológicas e

¹⁰ Por *Estado mexicano* entendemos la estructura político-jurídica institucional que gradualmente surgió después del movimiento de Independencia y la Revolución; está conformado por el acuerdo político entre grupos, intereses económicos y etnias, el cual estableció una sola entidad rectora que rigiera armónicamente los destinos de la nación. Dicha entidad rectora quedó compuesta por un territorio, un gobierno, una cultura e instituciones de gobernabilidad encargadas de conservar y reproducir el poder en la sociedad moderna mediante la creación de consensos, recaudación de impuestos y el monopolio legítimo de aplicación de la fuerza o de aplicación de la violencia. Los poderes de dicho Estado quedaron conformados por un equilibrio de fuerzas que se dan entre el poder Ejecutivo, el poder Legislativo y el poder Judicial. El territorio del Estado está compuesto por la federación, los estados locales y los municipios. El gobierno del Estado se realiza por un conjunto de aparatos políticos, administrativos e ideológicos destinados a realizar la gobernabilidad.

Dentro de esta estructura fundamental del Estado, los medios de difusión colectivos actúan reconfigurando básicamente el nivel político, cultural e ideológico del Estado nacional.

ideológicas específicas, éstas ejercen gradualmente diversas funciones centrales para el funcionamiento y la reproducción de la sociedad contemporánea. Entre las principales tareas que ejercen destacan las siguientes funciones estratégicas (59 en total) al interior de la estructura mental nacional, que se modifican paulatinamente según sea el modelo de intereses económicos, políticos, sociales, culturales y espirituales con que posteriormente opera en concreto cada medio de difusión en las etapas de estabilidad y de crisis social. Estas funciones se ejercen en los siguientes seis niveles de acción colectiva de la sociedad: económico, social, político, cultural, psíquico y energético.

A nivel económico, los medios electrónicos de información colectivos son un poder económico creciente que tiene un peso cada vez mayor en la generación del PIB nacional (MacBride, 1985:53-56). Contribuyen a mantener y acelerar el macrociclo de circulación de las mercancías por medio de la práctica publicitaria que ejercen sobre los auditorios. Se vinculan y forman parte de otras ramas estratégicas de la economía global, como el sector de servicios, bancario, automotriz, de telecomunicaciones, de aeronáutica, del entretenimiento, de la telefonía, del comercio, etcétera, y actúan informativamente al unísono de los intereses de los grandes grupos económicos. Crean nuevos patrones de consumo que se convierten en nuevas necesidades sociales de adquisición y uso, que a largo plazo se transforman culturalmente en "necesidades de vida". Forman parte central del circuito de la globalización económica internacional.

A nivel político, los medios se constituyen y operan como *primer poder ideológico* contemporáneo. Crean el nuevo espacio público mediático denominado *nueva plaza pública virtual*, que desplaza a los otros espacios públicos tradicionales de su lugar hegemónico central y los recoloca en lugares secundarios o terciarios sin que éstos desaparezcan; para ser eficientes, los viejos espacios públicos de la sociedad buscan proyectarse a través del nuevo espacio público mediático de las industrias culturales. Desempeñan un papel indispensable en la formación de consensos en las sociedades contemporáneas. Se constituyen en el referente básico de la dinámica política y estatal. Edifican la opinión pública cotidiana: en las sociedades de masas sólo existe psíquicamente lo que se ve en los medios de difusión colectivos.

A nivel social, los medios son el nuevo sistema nervioso tecnológico que cubre neurológicamente al país y al planeta. Operan como los macrointermediarios técnicos de las relaciones simbólicas de la sociedad, por lo que se convierten en los mediadores entre la sociedad y el poder, entre los acontecimientos y los públicos, entre los diversos segmentos que conforman la sociedad o entre el poder y la ciudadanía. Distribuyen cotidianamente de forma masiva y selectiva la información necesaria para que se reproduzca la sociedad dentro del modelo global de desarrollo establecido. Cuentan con el mayor poder cotidiano de convocatoria y movilización social masiva. Teledirigen o *radiodirigen* a la sociedad cada vez con mayor fuerza. Facilitan "el acceso a la diversidad de mensajes que necesitan todas las personas, grupos o naciones para conocerse y comprenderse mutuamente y para entender las condiciones, los puntos de vista y las aspiraciones de los demás" (MacBride, 1985:37-38).

A nivel cultural, los medios son tecnologías que transforman radicalmente la forma de conocer individual y colectivamente la realidad, pues introducen mediaciones tecnológicas y culturales que modifican y reducen los tiempos y velocidades del proceso cognoscitivo, y generan una nueva relación virtual entre el mundo exterior y el mundo psíquico del sujeto. No crean la realidad material o física, pero al retratarla o explicarla con sus mensajes producen realidades simbólicas o mentales de gran impacto comunitario. Son el vínculo tecnológico y material entre la realidad, los comportamientos y la imaginación de los individuos. Transmiten un universo simbólico cotidiano que se convierte en culturas e imaginarios colectivos de masas. Engendran colectivamente una nueva atmósfera de conocimiento e interrelación virtual. El surgimiento y la presencia de cada nuevo medio de información colectivo reubican los lugares culturales que ocupan los medios de difusión anteriores. Producen culturas mediáticas específicas para cada medio de información, especialmente para los electrónicos. Crean y difunden grandes volúmenes de información con consecuencias específicas para la sociedad. Modifican y minimizan las distancias, los tiempos, los espacios y las dinámicas de las relaciones entre los individuos. Introducen la *videósfera* o la religión de la virtualidad que permite creer y aceptar *a priori* los contenidos icónicos que difunden los medios de información,

aunque la realidad específica no se constata directamente mediante la experiencia personal o directa que viven los receptores. Producen la *telerealidad* y sus respectivos *telefonómenos* o *radiofenómenos* sociales. Generan la cultura de la *videovida* que atraviesa todos los rincones de la cotidianidad. Crean el *espíritu ideológico de los tiempos* en cada periodo histórico de evolución de la sociedad. Engendran la *aldea global*, donde los espectadores experimentan la sensación de vivir cercanamente los acontecimientos más lejanos (Guerra del Golfo Pérsico en 2000, ataque a las Torres Gemelas el 11 de septiembre de 2001, desastres de los tsunamis en Asia, muerte del papa Juan Pablo II y la elección del nuevo jerarca religioso, inundaciones en Nueva Orleans en 2005, etcétera). Dentro de la *aldea global* también generan *granjas virtuales*. Derriban las fronteras y las distancias vinculando las culturas cercanas y las distantes: vinculan lo global con lo local y viceversa. Son los grandes educadores de la vida cotidiana. Colaboran para construir la conciencia nacional mediática que asimilan los grandes grupos humanos. Tienen una enorme capacidad de convocatoria social. Construyen la cultura, las mentalidades y la opinión pública, colectiva, cotidiana y de corto, mediano y largo plazo, particularmente en las zonas metropolitanas. Son un espacio insustituible para la discusión de las ideas y la creación cultural. Crean un "fondo común de conocimientos y de ideas que permiten a los individuos integrarse a la sociedad en la cual viven y fomentan la cohesión social y la percepción de los problemas indispensables para la participación en la vida pública" (MacBride, 1985:37). Contribuyen a la socialización de las creencias, las mentalidades, los imaginarios, las convicciones, la apreciación del entorno y del mundo en que se vive para permitir la participación social. Resignifican y crean nuevos valores sociales, gustos y estilos culturales. Transmiten la herencia cultural o mental colectiva para cada nueva generación y alimentan la conciencia de las generaciones presentes. Producen y difunden información, esparcimiento, diversión, conocimientos, cultura y educación masiva a bajos costos para la sociedad.

A nivel psíquico, los medios cambian diariamente la forma de conocimiento y percepción cognitiva de los habitantes sobre la realidad. Desplaza al *homo sapiens* y crea al *homo videns*, al *videoniño*, al *videoadulto* y a la *videosociedad* con su respectivo *mexica-*

novidens. Los medios electrónicos cambian el código racional o tipográfico de los medios impresos, que implica mayor consumo calórico, por el código audiovisual, que representa menor consumo energético. Los canales electrónicos, especialmente la televisión, atrofian la capacidad de abstracción y entendimiento al darse la primacía a la imagen sobre lo inteligible. La saturación de imágenes mata la fuerza de los conceptos. El modelo tradicional de uso de los medios electrónicos, especialmente audiovisuales, desarrolla más el hemisferio derecho del cerebro (área de la creatividad, el placer y las emociones) que el hemisferio izquierdo (área del pensamiento, la lógica y la abstracción); esta tendencia produce una creciente pereza mental en los auditorios, la cual lleva a pensar menos, especialmente con los contenidos chatarra. Modifican la relación entre el entender y el ver: hoy, cada vez más, se ve sin entender. La función de los medios electrónicos reubica a los medios escritos, por lo que el centro ideológico social se desplaza de los medios impresos a los de difusión electrónicos. Los medios substituyen la *memoria histórica*, larga y profunda, por la *memoria mediática*, rápida, corta y superficial, particularmente en las urbes. Edifican con enorme fuerza el presente simbólico de las colectividades. Colaboran a construir culturalmente, con un enorme peso subjetivo, la historia cotidiana de la sociedad. Contribuyen a cimentar el proceso de socialización de los sujetos. Promueven al *homo ludens* que se mueve por estímulos y reactivos perceptivo-sensoriales que envían los medios a la población. Se introducen psíquicamente como acompañantes cotidianos en casi todas las áreas de la vida mental, especialmente la urbana. El tiempo libre en las ciudades se invierte crecientemente en el aparato mediático y sus derivados tecnológicos como internet. A partir de la información que difunden, colaboran para crear actitudes específicas en las personas, los grupos, las instituciones, la sociedad y el mundo en general. Construyen socialmente nuevas interactividades mediáticas. Crean en los auditorios sensaciones de pertenencia o desarraigo a grupos, regiones, naciones, idiomas y culturas. Alimentan imaginarios, expectativas, sueños, esperanzas, necesidades y deseos en los públicos. Organizan el flujo emocional de la sociedad y producen grandes estados anímicos colectivos, creando conjuntamente su propio ciclo sentimental a lo largo de todo el año.

A nivel energético, los medios mueven cotidianamente la energía de la sociedad al ritmo y la dirección de su programación. Tienen un peso importante en el consumo energético, especialmente eléctrico. En las urbes, las tecnologías mediáticas, sobre todo las más avanzadas, consumen cada vez menos energía eléctrica para operar. La cultura masiva que producen influye en la modificación de las temperaturas urbanas y, por lo tanto, en el cambio climático nacional y global (cuadro 8).

La ejecución de cada una de estas operaciones comunicativas estratégicas no se mantiene idéntica en los diversos canales de comunicación masivos, sino que varía según las siguientes tres situaciones básicas: las características tecnológicas específicas de cada medio de difusión; el proyecto económico, político y cultural que existe detrás del funcionamiento de cada empresa, especialmente las electrónicas; y la fase o coyuntura social en la que se aplican.

Con el ejercicio de estas nuevas funciones sociales a partir de la acción de los medios de difusión colectivos, el Estado –entendido como el conjunto de recursos institucionales, administrativos, jurídicos, ideológicos, educativos, etcétera, que se destinan para gobernar y dirigir a la sociedad y para conservar y reproducir el poder–, se transformó con el surgimiento y la acción de cada nueva tecnología de información que impactó sobre la sociedad. Históricamente, esta dilatación del Estado no se inició con la presencia de las tecnologías de información, sino con la expansión material de la infraestructura de las primeras instituciones ideológicas, como la familia, la Iglesia, las organizaciones culturales, la escuela, etcétera, que posibilitaron las primeras ampliaciones culturales del gobierno. Sin embargo, durante el siglo XX, especialmente con el desarrollo expansivo de estas nuevas herramientas informativo-culturales, productoras de conciencia, los aparatos de hegemonía tradicionales sufrieron un desplazamiento sustancial del lugar central 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.

Cuadro 8
Funciones estructurales que ejercen los medios electrónicos de información colectivos en México

<i>Niveles de acción social de los medios</i>	<i>Funciones estructurales que ejercen los medios electrónicos de información colectivos en México</i>
Económico	<p>Son un poder económico creciente que tienen un peso cada vez mayor en la generación del producto interno bruto (PIB) nacional. Contribuyen a mantener y acelerar el macro ciclo de circulación de las mercancías por medio de la práctica publicitaria que ejercen sobre los auditorios. Se vinculan y forman parte de otras ramas estratégicas de la economía global como el sector de servicios, bancario, automotriz, telecomunicaciones, aeronáutica, entretenimiento, telefonía, comercio, etcétera, y actúan informativamente al unísono de los intereses de los grandes grupos económicos. Crean nuevos patrones de consumo que se convierten en necesidades sociales de adquisición y uso de artículos, y que a largo plazo se transforman culturalmente en "necesidades de vida". Forman parte central del circuito de la globalización económica internacional, etcétera.</p>
Político	<p>Se constituyen y operan como <i>Primer poder ideológico</i> contemporáneo. Crean el nuevo <i>espacio público</i> mediático, denominado <i>Nueva plaza pública virtual</i>, que desplaza a los otros espacios públicos tradicionales de su lugar hegemónico central y los recoloca en lugares secundarios o terciarios, sin que éstos desaparezcan. Para ser eficientes los viejos espacios públicos de la sociedad buscan proyectarse a través del nuevo <i>espacio público mediático</i> de las industrias culturales. Desempeñan un papel indispensable en la formación de consensos en las sociedades contemporáneas. Se constituyen en el referente básico de la dinámica política y estatal. Edifican la opinión pública cotidiana: en las sociedades de masas sólo existe psíquicamente lo que se ve en los medios de difusión colectivos.</p>
Social	<p>A nivel social, son el nuevo sistema nervioso tecnológico que cubre neurológicamente al país y al planeta. Operan como los macrointermediarios técnicos entre las relaciones simbólicas de la sociedad, convirtiéndose en los mediadores entre la sociedad y el poder, entre los acontecimientos y los públicos, entre los diversos segmentos que conforman la sociedad o entre el poder y la ciudadanía. Distribuyen cotidianamente, de forma masiva y selectiva, la información necesaria para que se reproduzca la sociedad dentro del modelo global de desarrollo establecido.</p>

Social	<p>Cuentan con el mayor poder cotidiano de convocatoria y movilización social masiva. Teledirigen o radiodirigen a la sociedad cada vez con mayor fuerza. Facilitan “el acceso a la diversidad de mensajes que necesitan todas las personas, grupos o naciones para conocerse y comprenderse mutuamente y para entender las condiciones, los puntos de vista y las aspiraciones de los demás” (McBride, 1985:37-38).</p>
Cultural	<p>Son tecnologías que transforman radicalmente la forma de conocer individual y colectivamente la realidad, pues introducen mediaciones tecnológicas y culturales que modifican y reducen los tiempos y las velocidades del proceso cognoscitivo, y generan una nueva relación virtual entre el mundo exterior y el mundo psíquico del sujeto. No crean la realidad material o física pero, al retratarla o explicarla con sus mensajes, producen realidades simbólicas o mentales de gran impacto comunitario. Son el vínculo tecnológico material entre la realidad, los comportamientos y la imaginación de los individuos. Transmiten un enorme universo simbólico cotidiano que se convierte en culturas e imaginarios colectivos de masas. Engendran conjuntamente una nueva atmósfera de conocimiento e interrelación virtual. El surgimiento y la presencia de cada nuevo medio de información colectivo reubica los lugares culturales que ocupan los medios de difusión anteriores.</p> <p>Producen culturas mediáticas específicas para cada medio de información, especialmente para los electrónicos. Crean y difunden grandes volúmenes de informaciones con consecuencias específicas para la sociedad. Modifican y minimizan las distancias, los tiempos, los espacios y las dinámicas de las relaciones existentes entre los individuos. Introducen la <i>videósfera</i> o la religión de la virtualidad que permite crear y aceptar <i>a priori</i> los contenidos icónicos que difunden los medios de información, aunque la realidad específica no se constata directamente mediante la experiencia personal o directa que viven los receptores. Producen la <i>telerealidad</i> y sus respectivos <i>telefonómenos</i> o <i>radiofenómenos</i> sociales. Generan la cultura de la <i>videovida</i> que atraviesa todos los rincones de la cotidianidad. Crean el <i>espíritu ideológico de los tiempos</i> en cada periodo histórico de evolución de la sociedad. Engendran la <i>aldea global</i> donde los espectadores experimentan la sensación de vivir cercanamente los acontecimientos más lejanos (Guerra del Golfo Pérsico en 2000, ataque a las Torres Gemelas el 11 de septiembre de 2001, desastres de los tsunamis en Asia, muerte del papa Juan Pablo II y elección del nuevo jerarca religioso, inundaciones en Nueva Orleans en 2005, etcétera). Dentro de la <i>aldea global</i> también generan <i>granjas virtuales</i>.</p>

<p>Cultural</p>	<p>Derriban las fronteras y las distancias, vinculando las culturas cercanas y las distantes: vinculan lo global con lo local y viceversa. Son los grandes educadores de la vida cotidiana. Colaboran a construir la conciencia nacional mediática que asimilan los grandes grupos humanos. Tienen una enorme capacidad de convocatoria social. Construyen la cultura, las mentalidades y la opinión pública, colectiva, cotidiana y de corto, mediano y largo plazo, particularmente en las zonas metropolitanas. Son un espacio insustituible para la discusión de las ideas y para la creación cultural. Crean un "fondo común de conocimientos y de ideas que permiten a los individuos integrarse a la sociedad en la cual viven y fomentan la cohesión social y la percepción de los problemas indispensables para participación en la vida pública" (MacBride, 1985:37). Contribuyen a la socialización de las creencias, las mentalidades, los imaginarios, las convicciones, la apreciación del entorno y del mundo en que se vive para permitir la participación social. Resignifican y crean nuevos valores sociales, gustos y estilos culturales. Transmiten la herencia cultural o mental colectiva para cada nueva generación, y alimentan la conciencia de las generaciones presentes. Producen y difunden información, esparcimiento, diversión, conocimientos, cultura y educación masiva a bajos costos para la sociedad.</p>
<p>Psíquico</p>	<p>Cambian diariamente la forma de conocimiento y percepción cognitiva de los habitantes sobre la realidad. Desplaza al <i>homo sapiens</i> y crea al <i>homo videns</i>, al <i>videoniño</i>, al <i>videoadulto</i> y la <i>videosociedad</i> con su respectivo <i>mexicano videns</i>. Los medios electrónicos cambian el código racional o tipográfico de los medios impresos que implica mayor consumo calórico, por el código audiovisual que representa menor consumo energético. Los canales electrónicos, especialmente la televisión, atrofian la capacidad de abstracción y de entendimiento, al darse la primacía de la imagen sobre lo inteligible. La saturación de imágenes mata la fuerza de los conceptos. El modelo tradicional de uso de los medios electrónicos, especialmente audiovisuales, desarrolla más el hemisferio derecho del cerebro (área de la creatividad, el placer y las emociones) que el hemisferio izquierdo (área del pensamiento, la lógica y la abstracción). Esta tendencia produce una creciente pereza mental en los auditorios, la cual lleva a pensar menos, especialmente con los contenidos chatarra. Modifican la relación entre el entender y el ver: hoy, cada vez más, se ve sin entender. La función de los medios electrónicos reubica a los medios escritos, por lo que el centro ideológico social se desplaza de los medios impresos a los de difusión electrónicos.</p>

Psíquico	<p>Substituyen la <i>memoria histórica</i>, larga y profunda, por la <i>memoria mediática</i>, rápida, corta y superficial, particularmente en las urbes. Edifican con enorme fuerza el presente simbólico de las colectividades. Colaboran a construir culturalmente, con un enorme peso subjetivo, la historia cotidiana de la sociedad. Contribuyen a cimentar el proceso de socialización de los sujetos. Promueven al <i>homo ludens</i> que se mueve por estímulos y reactivos perceptivo-sensoriales que envían los medios a la población. Se introducen psíquicamente como acompañantes cotidianos en casi todas las áreas de la vida mental, especialmente, urbana. El tiempo libre en las ciudades se invierte crecientemente en el aparato mediático y sus derivados tecnológicos como internet. A partir de la información que difunden, colaboran para crear actitudes específicas en las personas, los grupos, las instituciones, la sociedad y el mundo en general. Construyen socialmente nuevas interactividades mediáticas. Crean, en los auditorios, sensaciones de pertenencia o desarraigo a grupos, regiones, naciones, idiomas y culturas. Alimentan imaginarios, expectativas, sueños, esperanzas, necesidades y deseos en los públicos. Organizan el flujo emocional de la sociedad y producen grandes estados anímicos y colectivos, creando conjuntamente su propio ciclo sentimental a lo largo de todo el año.</p>
Energético	<p>Mueven cotidianamente la energía de la sociedad al ritmo y la dirección de su programación. Tienen un peso importante en el consumo energético, especialmente eléctrico, en las urbes: las tecnologías mediáticas, sobre todo las más avanzadas, consumen cada vez menos energía eléctrica para operar. La cultura masiva que producen influye en la modificación de las temperaturas urbanas y, por lo tanto, en el cambio climático nacional y global.</p>

De esta forma, se creó una sociedad cada vez más mediática, la cual produjo una nueva atmósfera cultural colectiva de naturaleza *virtual* o *comunicósfera*, ocasionando que las principales instituciones de gobernabilidad funcionen ahora a distancia por intermediación de los canales de información masivos, especialmente electrónicos, y las nuevas tecnologías de información. En este sentido, la casi totalidad de las instituciones tradicionales, como son 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, etcétera, buscan proyectarse y ampliarse a partir de los medios

de información, asumiendo las reglas mediáticas que imponen éstos, pues lo que no aparece en los medios difícilmente existe en la conciencia colectiva. De esta manera, la mirada simbólica de los medios, elaborada a partir de su estructura programática, es la que define y da vida o no al reconocimiento masivo de la presencia de una realidad en la sociedad. Así, los medios electrónicos de difusión colectivos se convirtieron en el epicentro cultural, ideológico y espiritual de la sociedad mexicana de principios del nuevo milenio.

Con la ampliación de la *sociedad extensa*, el Estado tradicional experimentó una gran transformación al interior de su estructura y dinámica económica, política, social y cultural. Las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realiza el poder central entraron en una nueva fase de extensión geométrica: el moderno *Estado ampliado*.¹¹

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: a mayor producción

¹¹ El concepto del *Estado ampliado* es una categoría analítica totalmente abandonada por la reflexión crítica de la comunicación latinoamericana y europea. En este sentido, aunque es un fenómeno cotidiano obvio, presente en casi todas las sociedades modernas, paradójicamente es una realidad casi abandonada por las teorías de las ciencias sociales, las ciencias políticas y las ciencias de la comunicación. Con dicho abandono, se negó la riqueza que aporta tal conceptualización como categoría de pensamiento para comprender la realidad del poder, cuando es un elemento imprescindible para entender, hoy día, el funcionamiento de la modernidad y la posmodernidad política y cultural de las sociedades contemporáneas del siglo XXI. La teoría del marxismo de 1980 fue la que aportó más elementos básicos para comprender este estratégico fenómeno, el cual después se enterró en el olvido con el menosprecio y abandono de la teoría marxista al caer el muro de Berlín y gestarse el ocaso de los países socialistas, especialmente de la URSS. Destacan en esta área los brillantes trabajos sobre la teoría de los aparatos de hegemonía de Christine Buci-Glucksmann. Sin embargo, esta es una realidad todavía pendiente de construir su estatuto conceptual para explicar el fenómeno que ocupa una parte medular de la dinámica de las sociedades contemporáneas. Por consiguiente, nuestro esfuerzo intelectual 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 permiten comprender las funciones y transformaciones que ejercen las tecnologías de comunicación dentro del actual ámbito del poder y de la estructura tradicional del Estado.

de máquinas culturales, mayor expansión del *Estado ampliado*; y a menor desarrollo de las tecnologías de comunicación, menor ampliación del Estado extenso. Con ello, observamos que la emergencia y el desarrollo de todo medio de difusión o tecnología de información, a mediano y largo plazo, provocó una nueva transformación o desdoblamiento del *Estado ampliado* y de la sociedad, y adquirió las características propias de cada uno de estos apoyos tecnológicos.¹²

Lo trascendente de este suceso histórico fue que, cuanto emergió el Estado ampliado en México, su funcionamiento no quedó montado sobre la estructura fundacional del Estado-nación convencional, sino que emergió calcado sobre la dinámica de las industrias culturales manejadas por la lógica de la “mano invisible” de la oferta y la demanda del mercado, la cual llegó hasta fases salvajes. Por lo tanto, por medio de la ampliación del *espacio público* y del *Estado ampliado*, se dio un proceso gradual y silencioso de reestructuración del tradicional Estado republicano, que poco a poco dio origen a un nuevo Estado híbrido en la etapa de la modernización y de la globalización mundial.

En consecuencia, la emergencia de las nuevas fases de transformación del Estado-nación en México no se puede comprender sin el eslabón histórico del Estado ampliado, el instrumento para que tales mutaciones surgieran en nuestro país.

La expansión paulatina de esta realidad mediática reconfiguró el esqueleto, la dinámica y las fronteras del Estado mexicano y de la cultura nacional, y creó un nuevo tejido en la esfera del poder que generó al Estado ampliado. De esta forma, surgió el *Estado mediático*, caracterizado por ejecutar a distancia sus tradicionales funciones de dirección, educación, cohesión y gobernabilidad social, vía los medios de información masivos como brazos o prótesis de expansión de sus capacidades de ordenación, administración, formación y conducción. Así, con esta incorporación tecnológica observamos el surgimiento de nuevas políticas de difusión colectivas: *teledeporte*, *teleeducación*, *telebanca*, *teleadministración pública*, *teleoración*, *telemedicina*, *televienta*, *telediversión*, *tele-*

¹² Para revisar las transformaciones que ha experimentado el Estado ampliado mexicano a lo largo de cuatro fases históricas de evolución, consúltese Esteinou (2001, 2005) y Caloca (2003).

política, teleguerra, radioasistencia psíquico-emocional, radioorientación vial, radioiglesia, radioorientación sexual, etcétera.

Es muy importante subrayar que, cuando se habla de medios, no se está hablando de simples acciones de esparcimiento, información o, en el mejor de los casos, actualización cultural; sino de empresas que, en última instancia, transforman el espacio público y, en consecuencia, construyen el *Estado ampliado* y la *sociedad extensa* por medio de la expansión del espacio virtual a la colectividad. Por consiguiente, no corresponden a la simple acción del entretenimiento, sino a un fenómeno central de reproducción de las relaciones de poder cotidiano de la sociedad.

La reconfiguración mediática del Estado mexicano: el surgimiento de la mediocracia

Debido a la concentración histórica de las enormes capacidades tecnológicas, empresariales y políticas que conquistaron los medios electrónicos de difusión colectivos como mediadores tecnológicos de las relaciones sociales, en particular las comerciales, y debido a su modalidad de funcionamiento monopólico, durante la segunda mitad del siglo xx y principios del siglo xxi en México, los medios se apoderaron paulatinamente de la propiedad y el uso del *espectro radioeléctrico*. Crearon un nuevo *espacio público* de interacción virtual, especialmente privatizado, con el que desplazaron gradual y silenciosamente al Estado-nación¹³ de su función rectora de la sociedad, sobre todo respecto de lo político y cultural. Con el uso concesionado del *espectro radioeléctrico*, que es un bien público y escaso, propiedad de la nación, explotado en su mayoría por el sector empresarial de la comunicación, el Estado mexicano quedó atrapado en su propio concesionamiento del *espacio público* al sector comercial privado, al grado de estar ahora, política y culturalmente sometido, arrinconado, coartado, deva-

¹³ Por *nación* entendemos la entidad de poder conformada, con fines de gobernabilidad en un mismo tiempo y espacio, por un conjunto de individuos o comunidades que poseen un mismo territorio, gobierno, estructura jurídica, leyes y lengua; y que libremente se unen y organizan para construir un proyecto histórico común de desarrollo. Para ver cómo se creó el moderno Estado-nación mexicano de la etapa colonial a la etapa moderna, consúltense Florescano (2001:549-610; 2003:285-455).

lorado y humillado frente al gigantesco poder de representación, persuasión y movilización que ha conquistado el sector mediático empresarial en el nuevo *espacio público*.

Con la ubicación de los medios de información como el primer poder ideológico en la estructura cultural de la sociedad mexicana, las fuerzas de la comunicación monopólica se posicionaron cada vez más por encima de las instituciones y los poderes del Estado mexicano, y, desde ahí, los oligopolios informativos han impuesto su voluntad e intereses a los gobiernos en turno y al resto de la sociedad. En este sentido, el *poder fáctico* de los medios y su capacidad gremial organizada aplicaron crecientemente toda su fuerza autorregulada, incontrolada e impune, sobre la capacidad de organización, regulación y conducción del Estado-nación, y subordinó, durante varias décadas, a los poderes públicos mediante saturaciones, presiones, enfrentamientos, difamaciones, manipulaciones, amenazas, chantajes, cabildeos, alianzas, canonjías, etcétera, para fijar sus intereses y su dirección mediática al resto de la nación.

Así, surgió la *mediocracia*, entendida como la creación e imposición de la hegemonía creciente de los medios de comunicación privados sobre el poder político y sobre el resto de las instituciones y organismos sociales tradicionales, lo cual permite que los intereses corporativos y mercantiles de las grandes compañías de comunicación de masas, con un uso habitualmente intensivo de nuevas tecnologías de comunicación, se impongan al resto de la sociedad (Trejo, 2004:22). De esta manera, la *mediocracia* se caracteriza por ser la expresión del poder tecnológico, económico y político superior que han conquistado los propietarios de los medios de difusión colectivos para imponerse como una fuerza dominante de dirección y gobierno sobre las principales instituciones, organismos, políticas y poderes republicanos del Estado-nación y de la sociedad civil. Los medios imprimen su orientación, modelos e intereses al *espacio público* tradicional y, así, crean un nuevo *espacio público mediático*, a partir del cual marginan o anulan iniciativas, prototipos y acciones que son antagónicas a la existencia y reproducción de sus necesidades dominantes. Con este poder logrado, la *mediocracia* regula o desplaza la participación en el *espacio público mediático* de los aparatos gubernamentales, las instituciones, los partidos, las iglesias,

los organismos culturales, las células comunitarias, las instituciones civiles, etcétera, para imponer predominantemente sus intereses como empresas informativas monopólicas en perjuicio del resto de los procesos plurales y de la democracia.

En este sentido, la *mediocracia* debe ser comprendida como:

[...] una nueva forma de gobierno, dominada por los medios de masas que en los pasados treinta años emergieron en las naciones abundantes de información y que ahora se diseminan globalmente y se propagan a través de fronteras nacionales en la convergencia del entretenimiento, las cadenas de televisión, los gigantes de la computación y las telecomunicaciones, resultando en menos de una docena de grandes conglomerados corporativos globales que ahora han capturado *mercados de interés* de ciudadanos alrededor del planeta [Trejo, 2004:21].

De esta forma, debido al ascendiente que tienen sobre la sociedad, a la formidable capacidad que han alcanzado para propagar mensajes, a la concentración de la propiedad de los principales canales, especialmente de la televisión, a la poderosa influencia política que han logrado, a las alianzas corporativas que han emprendido con los más diversos sectores, al empleo de tecnología informativa altamente compleja, a las grandes capacidades técnicas que han conquistado, al anacronismo legal que existe en este terreno, a la estandarización de la comunicación y de la cultura, al discurso unidimensional, a la información manipulada, desigual, desequilibrada y mercantilizada, etcétera, los medios de difusión colectivos se han convertido en un poder paralelo, e incluso superior al que ejercen las instituciones políticas (Trejo, 2004:17-18, 21, 37, 195, 202). Así, la *mediocracia* se ha convertido en el gobierno de los medios, o controlado por los medios, en el cual se establece una mediación irremediable e ineludible entre el poder político y la sociedad (Trejo, 2004:7, 20).

La *mediocracia* se caracteriza por ser la forma de poder superior que han conquistado los medios de información, sin contrapesos equilibradores, para imponerse como una fuerza dominante de dirección y de gobierno colectivo sobre las principales instituciones, organismos, grupos y fuerzas de la sociedad, para imprimirles su orientación e intereses en el *espacio público*, para

fortalecerlos si le son funcionales, o marginarlos o disminuirlos en caso de que sean antagónicos a sus necesidades dominantes. De esta manera, la *mediocracia* es la imposición del nuevo poder ideológico-político de los medios de difusión colectivos, especialmente electrónicos, sobre el Estado, los poderes públicos, los partidos, las iglesias, el *espacio público*, las comunidades civiles, etcétera, con el fin de conservar y expandir sus intereses mediáticos sobre el resto de la sociedad global.

Ya que no hay normatividades justas ni contrapesos equilibradores, los medios electrónicos han permanecido como instancias prácticamente autónomas de la verdadera regulación social, y se han desarrollado como instituciones sin límites que las acoten; son, pues, *poderes fácticos*: desafían y rebasan a los poderes públicos y sociales constituidos formalmente por medio de largos procesos civilizados de la historia de México; son poderes reales, independientes, impunes y prepotentes muy poderosos; retan, golpean y subordinan a los otros poderes públicos y sociales ya establecidos.

Sin embargo, el amplio poder conquistado no sólo los ubica como poderosas instituciones culturales que crean la *mediocracia*, sino que, sobre todo, los coloca como macropoderes con débiles límites, frágiles controles legales y tenues contrapesos sociales, y sólo regidos excepcionalmente por autocontroles opcionales de carácter ético que les permiten desarrollarse con dinámicas propias, arrollando los intereses públicos, las garantías de los derechos de los trabajadores, los principios de transparencia y concurrencia, y los derechos sociales, condicionando fuertemente la esfera de los poderes públicos. Se han convertido en una *mediocracia* sin mediaciones (Trejo, 2004:192).

Así, estos *poderes fácticos* alcanzan, de hecho y no de derecho, un peso político y social muy importante para influir sobre la dirección del país. Incluso cuando funcionan al margen de la ley o cuando las leyes no son suficientes para acotarlos, y cuando de ellos surgen abusos y exacciones de diversa índole en contra de los derechos ciudadanos, se convierten en poderes salvajes (Trejo, 2004:192-193).

De esta manera, desde el último tercio del siglo xx, gradualmente, a partir del funcionamiento de los medios de difusión colectivos, se han desplazado a los partidos, los poderes públicos,

las iglesias, los organismos culturales, las células comunitarias, etcétera, de sus posiciones hegemónicas tradicionales, para imponerle a la sociedad los intereses monopólicos de las grandes empresas informativas en perjuicio de las instituciones y la democracia.

Dentro de la *mediocracia* surge una forma audiovisual más especializada, la *telecracia*, que consiste en la superposición de los intereses de los concesionarios de los monopolios de la televisión en México sobre el resto de las dinámicas de reproducción de la sociedad moderna, particularmente comunicativas.

La primera generación de concesionarios de los medios colectivos de información electrónicos creó, en el último cuarto del siglo xx, las *industrias culturales* como empresas consolidadas, especialmente televisivas.¹⁴ En la segunda y tercera generación de

¹⁴ La idea de *industrias culturales*, acuñada por Walter Benjamin, Adorno y Horkheimer, surgió de forma tardía como un concepto que buscaba designar toda una serie de creaciones simbólicas que, multiplicadas en numerosas copias o soportes materiales o inmateriales, van al encuentro de sus receptores. En este sentido, las *industrias culturales* se conforman no sólo como simples difusores de la cultura o como meros intermediarios entre creadores y consumidores, sino como instituciones estructurantes y constitutivas de la cultura mayoritaria más influyente, de la cultura en una sociedad industrial. De esta manera, dicha categoría analítica supera la denominación de *medios masivos de comunicación*, que parece suponer la emisión simultánea de mensajes punto a masa (de un emisor a muchos receptores), pues el concepto de *industrias culturales* tiene la ventaja de unificar el campo de la cultura industrializada con el de los medios informativos o, mejor dicho, de restituir la unidad y las interrelaciones que mantienen ambos en la práctica.

Este concepto evidencia así que no existe difusión masiva de la cultura sin un modelo comunicativo subyacente, y que no es posible una comunicación masiva que no actúe al tiempo como una sistemática máquina de difusión (y reproducción) de la cultura. Pero, sobre todo, su doble componente resulta altamente elocuente: la determinación mercantil e industrial de la mayor parte de la cultura contemporánea y, correlativamente, de las numerosas especificidades que hacen de estos sectores unas industrias muy diferentes de las restantes, llenas de particularidades destacadas, sin cuya consideración, toda estrategia pública o privada estaría abocada al fracaso.

El eje de las industrias culturales es su reproducibilidad, la inserción de un trabajo simbólico en un proceso mecanizado que permite su conversión en mercancía, porque sólo la copia realizada a escala relativamente amplia materializa establemente la secuencia de comunicación en un objeto adquirible, genera también un público de potencialidades adquirientes, forma una demanda y un precio difuso. De esta manera, dos características fundamentales de las industrias culturales son la significativa inversión de capitales y la división de trabajo consiguiente a toda industrialización (Bustamante, 2003).

ejecutivos, los hijos y los nietos de los fundadores heredaron los consorcios electrónicos ya maduros, y se comportaron como *yuppies* financieros, que concibieron a los medios como simples instrumentos para hacer dinero, política y acumular poder a costa de lo que fuera.

En este sentido, los canales de difusión electrónicos comerciales han dejado de ser simples medios tecnológicos de entretenimiento, información y diversión para convertirse ahora en el *primer poder electrónico ideológico*, pues modelan el *espacio público*, de tal forma, que lo que no existe en ellos, no existe colectivamente en las conciencias de las comunidades: la creación de la visibilidad social depende cada vez más de la programación de los medios de difusión colectivos.

Los límites del poder mediático

No obstante que los medios de información colectivos se han convertido en el *primer poder ideológico* de nuestra sociedad contemporánea, y que han alcanzado una enorme efectividad creciente en el proceso de formación y movilización cotidiana de la conciencia comunitaria, en ningún momento podemos pensar que su acción actúe como una *aguja hipodérmica* para producir efectos mecánicos, automáticos u omnipotentes sobre los individuos; o que haya reacciones mediáticas ya acabadas sobre los auditorios, produzcan consecuencias de cambios mágicos sobre los receptores, su efectividad de convencimiento dependa solamente de las imágenes o datos que se transmiten y no de otros procesos sociales complementarios, etcétera. Sus resultados siempre obedecen a los múltiples procesos de recepción, cultura, resistencia, reprocesamiento de los auditorios según sus distintas coyunturas de vida.

Pero esta mediación central que ejercen los medios no significa, en ningún momento, que la capacidad de persuasión que realizan sea absolutamente aplastante u omnipotentemente eficaz como para convertir en dominante social cualquier mensaje o sentido transmitido por los medios, y mecánicamente doblegar las conciencias y las acciones de todos los ciudadanos que son tocados por la infraestructura mediática de las industrias

culturales. La capacidad de convencimiento de los medios, y en particular de la televisión, tiene límites de competencia muy precisos, algunos de los cuales son los tres siguientes (Esteinou, 1989:37-39).

Primero: las informaciones de los medios que reciben, decodifican e interiorizan los receptores, nunca son asimiladas homogéneamente por ellos con el mismo signo ideológico, emocional y energético con que se emiten; sino que varían según las situaciones históricas, antropológicas, religiosas, económicas, familiares, políticas, culturales, materiales, regionales, étnicas, productivas, etcétera, que los determinan como seres humanos. No debemos olvidar que los públicos no son pasivos, neutros ni socialmente vírgenes, sino practicantes de 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 alcanzan la información y las imágenes difundidas: la realidad y la experiencia personal son más fuertes que la producción simbólica y virtual de los medios. En este sentido, es necesario subrayar que los medios no sustituyen a la dinámica económica, política, social y existencial de los hombres; sino que la apoyan o debilitan con base en los proyectos globales detrás de éstos. De lo contrario, sobrevaloraríamos el papel de los medios al otorgarle fantásicamente una absoluta capacidad transformadora, cuando sólo son tecnologías mediadoras muy perfeccionadas de representación y conocimiento de la realidad entre emisores y receptores.

Tercero: cuando la gama de discurso que transmiten los medios encuentra las condiciones psicológicas favorables en los campos de conciencia de los públicos, es asimilada fielmente en un alto porcentaje y viceversa, de lo que se destaca la tendencia de reforzar orientaciones previas ya existentes en el seno de los individuos y las comunidades, o crear nuevas si son necesarias.

La nueva centralidad mediática de los medios electrónicos en la sociedad contemporánea

Pese a que el poder ideológico y político de los medios tiene límites sistémicos muy precisos, con la nueva ubicación estructural destacada que los medios de difusión colectivos, especialmente electrónicos, han alcanzado dentro del sistema social a partir de los factores de posicionamiento global conquistados, su poder real superó la autoridad político ideológica del Estado y los medios se convirtieron en un poder autocrático sin control, que influye, presiona, orienta y juzga a todos los grupos sociales, instituciones y sectores, sin que el interés del bien público o del interés común los pueda acotar y dirigir. Especialmente los medios electrónicos paulatinamente dejaron de ser medios y se convirtieron en fines: renunciaron a ser puentes de relación simbólica para edificar la comunicación entre los hombres y se transformaron en eficientísimas herramientas del poder, sobre todo privado, para dirigir, controlar y subordinar a los individuos y a los grupos según son los proyectos económicos y políticos que los determinan.

La supremacía de este nuevo primer poder ideológico ha llegado a ser tan fuerte, que la tendencia histórica es que la fuerza de éste domine cada vez más al poder político, y no que el poder político ordene al poder ideológico mediático.

De esta forma, no obstante que los medios de difusión no son instituciones omnipotentes para producir efectos automáticos sobre los auditorios, gracias a las evolucionadas capacidades materiales que han alcanzado, poseen suficientes habilidades tecno-ideológicas efectivas, ya comprobadas, para crear y cambiar las formas de pensar y actuar, así como 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 las comunidades. Dichas tendencias se generan por medio de la práctica de la *agenda setting*, que es la capacidad informativa y pedagógica que despliegan los medios de información para operar como intermediarios técnicos entre las relaciones sociales y centrar cotidianamente la atención de los diversos auditorios en sólo algunas realidades y no en otras, a partir de sus políticas de programación.

Con ello, silenciosa y permanentemente, los medios construyen una jerarquía del conocimiento de la realidad, los valores, la política, la cultura, la historia y la vida, jerarquía que se convierte en un marco fundamental de referencia y acción que articula o desarticula a los ciudadanos. Así, la *agenda setting* se ha transformado en una de las principales herramientas comunicativas para construir diariamente algunos de los ejes básicos de la hegemonía social en México.

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

Así, el peso de los canales de información masiva está tan acentuado sobre la conformación mental de la sociedad que podemos decir que los medios de información no son la realidad, pero éstos contribuyen sustancialmente a construir virtualmente la realidad central reconocida por la mayoría 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 los partidos políticos, pero producen mayor caudillismo electrónico que toda la capacidad proselitista directa que realizan las organizaciones políticas. 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 (Scherer, 2004:23). 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 geografía, pero hoy aprendemos los mapas fundamentales del mundo por la programación de los medios. No son el pensamiento, pero nos dicen sobre qué y cómo pensar. No son la oralidad, pero han sustituido cada vez más el diálogo familiar a partir de los nuevos lenguajes televisivos. No son la única fuerza de modelación social, pero ellos nos orientan para ver fundamentalmente hacia el norte y no hacia el sur del continente. 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 moral, pero ellos indican qué se puede tolerar y qué se debe reprimir. No son la memoria del país, pero hoy día la agenda del recuerdo social cotidiano 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. En pocas palabras, son como el oxígeno; no lo son todo, pero sin su presencia 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, definen lo que existe y no existe, y la forma como subsiste. Así, los contenidos, las verdades e ideologías mediáticas, han sustituido crecientemente al resto de las verdades sociales, incluyendo las jurídicas, culturales, éticas y morales.

De esta manera, con la enorme concentración histórica de fuerza que ha conquistado el *megapoder mediático*, los demás poderes, ya disminuidos, le rinden tributo, aceptan la imposición de sus reglas y permiten que se posicione como el nuevo administrador y usufructuario de las principales tensiones, conflictos o contradicciones sociales de los otros poderes en el país, especialmente en coyunturas de vacío político (Caballero, 2004:36). Así, los proyectos de persona, trabajo, valores, cultura, ciudadanía, patria, nación, desarrollo, planeta, en pocas palabras, de la vida en general; cada vez más, son diseñados y realizados desde los intereses y las necesidades de lo mediático privado y no desde los ejes de acción de lo público colectivo. Con el desplazamiento del Estado de su lugar central como instancia rectora de lo público a principios del siglo XXI, se incrementan las tensiones entre lo nacional y lo global; la soberanía y la liberalización; el Estado y el mercado; la dinámica de la *mano invisible de la oferta y la demanda*, y la lógica de las políticas de planificación gubernamental; la regulación jurídi-

ca y la desregulación; los poderes públicos del Estado y las cámaras de la industria de la radiodifusión, etcétera, lo cual abre paso al proyecto de desarrollo desigual y de comunicación salvaje.

En este sentido, el poder de dirección ideológica ya no radica en el gobierno, en los partidos políticos ni en el Estado; ahora, dichas instituciones han sido rebasadas por el poder mediático que se ha posicionado como la fuerza virtual privado-comercial que dicta la principal dirección racional y emocional de la sociedad. Así, el poder de los medios compite con el poder del Estado, y aquél subordina a los poderes constitucionales para decidir quién participa con visibilidad vía los medios y quién no; quién habla en el *espacio público* y quién no; qué mensajes se difunden y cuáles no; quién es reconocido y quién no; a qué candidato político se apoya y a cuál no; qué leyes se aceptan y cuáles no, etcétera.

Frente a esta realidad se puede decir, como escenario futuro, que a mayor desintegración y fragmentación de los poderes públicos tradicionales y más consolidación de los poderes mediáticos, cohesionados en sólidas estructuras monopólicas y privadas, de mediano y largo plazo, la fuerza de los medios reconfigurará y en algunos casos suplantarán crecientemente el ejercicio de algunas de las funciones orgánicas fundamentales del Estado para dirigir a las comunidades y regular los conflictos entre los actores sociales; y estas funciones serán, progresivamente, ejercidas conforme a los intereses y planes de los megaconsorcios mediáticos particulares. Con ello, se fortalece la concepción y práctica del *Estado cero*: cada vez es menos necesaria la presencia rectora y planificadora del Estado-nación para dirigir a la sociedad, y el proyecto de comunicación y operación de la comunidad puede funcionar eficiente y suficientemente bien sólo con los procesos de autorregulación informativa de los monopolios mediáticos que son introducidos por la "mano invisible" de la dinámica de la comunicación mercado sin necesidad de la acción de las directrices rectoras y planificadoras del gobierno.

Si se considera que el ejercicio del poder social nunca desaparece, sino que sólo se reacomoda, desplaza o traslada de un lugar a otro, según son las fuerzas o debilidades de los actores sociales que participan en la sociedad para ejercerse de diversas maneras, encontramos que, con el intento de transición pacífica a la democracia, a partir del primero de julio de 2000 se desmante-

ló en México el viejo modelo corporativo burocrático del Estado que construyó el Partido Revolucionario Institucional (PRI) durante más de setenta años, y se movieron las viejas estructuras de orden, subordinación y control que existían para dar paso a la apertura social. Así, al moverse el acotamiento del tradicional poder unipersonal del poder Ejecutivo y ante la falta de respuesta del nuevo gobierno para sostener una firme política de conducción nacional eficiente, surgió una severa crisis institucional y de gobernabilidad que generó vacíos de poder, los cuales fueron ocupados gradualmente por los medios de información para conducir a la sociedad (Corral, 2003). De esta manera,

[...] el poder comunicativo actualmente acompañado por las *políticas* del gobierno tiende a imponerse no sólo por encima de la voluntad de los demás sino, más grave aún, a imponer a la autoridad legítima otra 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, sus funcionarios y sus instituciones está al servicio de las televisoras [Corral, 2002:19].

En otras palabras,

[...] el gran negocio de la televisión mexicana siempre estuvo sometido a los intereses políticos en turno, medrando a cambio de su servilismo; pero hoy los papeles se han invertido y los concesionarios no sólo presionan y obtienen del poder político multimillonarias transferencias económicas, sino que lo substituyen como *poder fáctico*. Es el *poder mediático* el que somete sin excepción, sin reglas, sin frenos, sin sanciones por sus excesos u omisiones. De paso, los dueños y los conductores de la televisión, juzgan y exhiben a una clase política que obedece a lógicas mediáticas, con las que aspira a salir bien librada para mantener la ilusión de que gobierna" ["Todo el poder", 2004:7].

Con el poder que han adquirido los medios y los excesos que cometen en el ejercicio de una fuerza impune sin contrapeso y sin posibilidad hasta hoy de sanción o resarcimiento; estos medios,

especialmente la televisión, unifican criterios, atropellan con cinismo, informan con estrechez, dando la espalda a la pluralidad, practican el escándalo como política informativa y traicionan así su función social, aplican el mercantilismo vaciando a la política de contenidos, se burlan de las instituciones y sustituyen a la democracia mediante un permiso que les otorgó el Estado para transmitir contenidos, y no sólo para vender aire (Corral, 2004).

Dentro de este marco de impunidad legal, la hegemonía mediática ha llegado a ser tan grande que:

[...] si en un primer tiempo, el hombre político busca controlar los medios, estas tentativas resultan vanas, pues su posición ante las nuevas reglas del juego político resultan patéticas. Entonces, en un segundo momento, hace un llamado surrealista a la responsabilidad de los medios, pero esta cuestión se encuentra totalmente liquidada en la práctica mediática. Si un diputado se equivoca o actúa mal, tendrá la sanción del voto; si un estudioso no estudia, tendrá la sanción de los exámenes, pero ¿cuál es la sanción del hombre de los medios? Basta con que tenga el beneplácito del propietario del medio y del anunciante, es decir, en ambos casos, del dinero, para que no suceda nada [Trejo, 2004:176, 177].

La centralidad estructural de dicha nueva fuerza mediática se demuestra cuando ya es reconocida públicamente por la mayoría de los sectores mexicanos y latinoamericanos. El *Informe para la democracia en América Latina* y el *Latinobarómetro*, por ejemplo, revelaron en mayo de 2002 que "65.2% de la población opina que el poder lo ejercen los medios de comunicación, y sólo 36.4% piensa que se ejerce a través de los poderes constitucionales, en la siguiente proporción: 36% a través del Poder Ejecutivo, 12.8% a través del Poder Legislativo y 8.5% a través del Poder Judicial" (Corral, 2004).

Así, uno de los signos de los tiempos en México al inicio del siglo XXI es la creciente descentralización de las instituciones tradicionales del Estado mexicano y de lo público, con su correspondiente disminución o pérdida de fuerza; para ahora ser remplazadas por los proyectos de desarrollo que se dan por medio de la acción de las grandes redes tecnológicas del *poder mediático*, cada vez más desarrolladas y perfeccionadas. Con ello, el

consenso cotidiano y la dirección ideológico política de la sociedad le han sido arrebatadas a las instituciones del Estado-nación; ahora hay una concentración en las fuerzas del poder informativo, la cultura y la reedificación de la memoria cotidiana reencantadora que construyen diariamente las industrias culturales.

CARACTERÍSTICAS HISTÓRICAS DE LA CUARTA REPÚBLICA MEDIÁTICA EN MÉXICO

A diferencia de la naturaleza de las otras tres repúblicas nacionales que emergieron como producto de movimientos emancipadores durante los siglos XIX y XX, la *Cuarta República mediática* se caracteriza por ser el fenómeno histórico de transformación estructural del esqueleto y del proceso tradicional de gobernabilidad, que se generó por la introducción *fáctica* de una cuarta fuerza pública en la reestructuración histórica del Estado-nación mexicano contemporáneo: el *poder mediático*. En este sentido, por la vía informal se incorporó una nueva fuerza histórica de poder activo de naturaleza virtual que ocasionó que el proceso y la estructura de ejercicio del poder nacional ya no estuvieran integrados solamente por los tres poderes formales tradicionales, definidos por la Constitución de 1917 –que concretizó legítimamente la composición del poder público republicano–, sino que, a principios del siglo XXI, el poder nacional se convirtió en un nuevo sistema de gobierno conformado, informal pero eficientemente, por cuatro poderes reales con capacidades de fuerza, legitimación, coerción, castigo, movilización y eficacia comprobadas para gobernar a las comunidades. En dicho nuevo proceso de gobernabilidad, cada uno de estos poderes luchan entre sí para determinar la regulación y la dirección global diaria que desean imponer, según sus intereses, a la sociedad mexicana.

Contrariamente a la fuerza y cobertura de los tres poderes formales que construyeron la Cuarta República nacional, los cuales fueron físicos, visibles, oficiales, administrativos, políticos e incluso represivos, la fuerza de la Cuarta República mediática emanó de un poder ideológico virtual e informal que conquistaron los empresarios de la comunicación y que después se convirtió en un poder económico, que finalmente avanzó para transformar-

se en una sólida fuerza político-cultural que penetró todos los ámbitos de la vida cotidiana en el país. Los propietarios de los medios conquistaron la conciencia de los individuos y las afectividades de las comunidades y desde ahí influyeron sistemáticamente sobre los comportamientos de los ciudadanos, dirigiendo cotidianamente a la nación con igual o más ímpetu que el resto de los poderes ideológicos operativos formales de la gobernabilidad convencional del Estado nacional.

Por consiguiente, la Cuarta República mediática surgió como un producto histórico posmoderno, ocasionado por el avance del proyecto de comunicación empresarial, privado y comercial sobre el *espacio público y colectivo* donde las realidades comunitarias ya no son edificadas y dirigidas básicamente desde las directrices del proyecto del Estado-nación, sino que ahora son creadas y conducidas desde la concepción y los intereses del programa privado mercantil de expansión de las corporaciones monopólicas de la información masiva.

Así, independientemente de los consentimientos teóricos y jurídicos, formales o no, que realizó la estructura propagandística del poder nacional contemporáneo para definir y propagar la noción de lo que era el Estado mexicano a finales del siglo xx y comienzos del siglo xxi, la composición moderna de esta realidad quedó integrada por una nueva modalidad histórica de existencia, funcionamiento y aplicación de fuerza cotidiana, compuesta por la acción de los poderes Ejecutivo, Legislativo, Judicial y *mediático*. Este último, constituido por la influencia de la televisión titucionalidad formal del poder posrevolucionario republicano, heredado del siglo xx en México; y ahora su dominio es tal, que diario impacta sustantivamente con un impulso dominante sobre la conformación de la *esfera pública* y del Estado, que le da vida a la sociedad mexicana.

A nivel histórico, la Cuarta República mediática no es un suceso local, sino que se encuentra presente en casi todos los países por el avance que han alcanzado las nuevas tecnologías de difusión, especialmente electrónicas, con diversas particularidades y grados de penetración intensiva en el ámbito cultural y político de las sociedades. En el caso de México, ese hecho alcanzó proporciones de mayor madurez a principios del tercer milenio, que lo convirtieron en una situación excepcional para la transformación

del Estado-nación. Esto debido a que, en comparación con otros países, el modelo histórico de comunicación electrónico, colectivo y privado que se consolidó en México es atípico, ya que, en los albores del siglo XXI, en el mundo no existe ningún otro caso con la concentración y monopolización tan alta, impune y discrecional, como la que se da en el ámbito de la radio y la televisión en el país.

Por ello en México, los medios de difusión colectivos ya no son instituciones asépticas que proporcionan simple entretenimiento, cultura, esparcimiento, información, etcétera, sino que ahora son un *poder fáctico* cada vez más autónomo, que constantemente reestructura el esqueleto y la dinámica de funcionamiento del Estado y de la república, y desde ahí presionan fuertemente a la clase política mexicana para que se subordine y sea funcional para la reproducción de los intereses de las empresas comerciales privadas.

La fundación de la República mediática

En contraposición a la fundación de las tres primeras repúblicas nacionales que contaron con fechas históricas precisas y ritos institucionales públicos muy notorios para su fundación civilizatoria, el surgimiento de la Cuarta República mediática en el país no contó con un registro preciso de consolidación ni con actos públicos visibles para datar su inauguración, puesto que no nació, como las anteriores repúblicas, derivada del resultado de luchas emancipadoras frente a los poderes de dominación imperial y de sólidos consensos populares para cimentarla. Su naturaleza se constituyó informalmente a partir de la introducción gradual, silenciosa y desapercibida del modelo de comunicación de las industrias culturales dominantes dentro del tejido de conocimientos, redes culturales, sentimientos y hábitos de la vida cotidiana a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, y alcanzó su afianzamiento maduro a principios del siglo XXI.

Pese a no contar con datos específicos sobre su fundación, pues emergió como un fenómeno comunicativo empresarial e informal que, en casi siempre apareció como prototipo de entretenimiento masivo, su consolidación adquirió forma, por una parte, con el marco jurídico que definió su naturaleza y, por otra, mediante el tipo de concesiones que se otorgaron a los sectores

sociales para explotar el espectro radioeléctrico. Así, de manera más exacta, se puede decir que su conformación jurídica nació con la promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960, y su respectivo Reglamento de 1973. Se reforzó con su posterior actualización el 10 de octubre de 2002, con la expedición del Acuerdo Presidencial sobre el Manejo de 12.5% de los tiempos del Estado y el nuevo Reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión. Intentó cristalizarse con la aprobación de las Reformas a la Ley Federal de Telecomunicaciones y a Ley Federal de Radio y Televisión, conocidas popularmente como la *Ley Televisa*, el 31 de marzo de 2006 en el Congreso de la Unión, que pretendió fortalecer mayúsculamente a los medios de comunicación comerciales privados como *poderes fácticos salvajes* en la sociedad mexicana, hasta que fue derogada por la Suprema Corte de Justicia de la Nación.¹⁵ Posteriormente, dicha figura histórica se consolidó firmemente a lo largo de los años mediante la aplicación de varias *minileyes televisas* que, con el apoyo de diversas fracciones de la clase política gobernante, han otorgado más expansión unilateral, privilegios desmesurados, fuerza de persuasión y poder político creciente a los monopolios electrónicos de la comunicación colectiva en México.

Por medio de estos procesos histórico-jurídico-tecnológicos se estableció un nuevo *espacio público mediático* que reforzó el pacto social, comunicativo, clasista, autoritario, vertical, oligopólico, concentrador, excluyente y discrecional existente entre el Estado, los concesionarios y la sociedad mexicana; y transformó el esqueleto de funcionamiento del Estado-nación tradicional, consolidando con ello la existencia de la Cuarta República mediática en la historia contemporánea de México.

La complicidad de la clase política mexicana en la gestación de la Cuarta República

Además de la fuerte transformación del *espacio público* nacional que se generó con la incursión de los medios de difusión colectivos y las nuevas tecnologías de información en el ámbito cultural

¹⁵ Para ampliar este punto, consúltense Esteinou y Alva (coords.) (2009).

es muy importante destacar que este fenómeno también surgió apuntalado por la creciente ineficiencia del Estado-nación, por la irresponsabilidad sistemática de la *partidocracia* y por la incapacidad de los órganos de gobierno que descuidaron su tarea comprometida con la dirección nacional. Así, durante décadas se crearon las condiciones propicias para que el poderío de los medios ocupara progresivamente posiciones rectoras como nuevos *poderes fácticos* en el proceso de organización y dirección de la sociedad, sin que las autoridades regidoras en su momento les aplicaran los límites precisos que definió el marco de la Constitución Política Mexicana y sus leyes complementarias.

Dicha recomposición del Estado y del *poder mediático* en México no se arraigó de manera uniforme y automática en el espacio de *poder público*, sino que atravesó por diversas fases sucesivas de consolidación, entre las cuales figuraron las siguientes seis etapas de gestación histórica: fase de la “no política” (1920-1950); tiempo de socialización cultural (1950-1970); etapa del cuarto poder (1970-1980); ciclo del primer poder ideológico político o *mediocracia* (1980-1990); periodo como poderes fácticos (1990-2000); y finalmente, estadio como *poderes fácticos salvajes* (2000 a la fecha).

En la primera fase histórica, de 1920 a 1950, la relación del Estado y los medios electrónicos fue protagonizada exclusivamente por la presencia de la radio, pues la televisión aún no surgía en el país. Este momento inicial se desarrolló en el contexto del fortalecimiento del Estado-nación, cuando los gobiernos posrevolucionarios impulsaron una política global en la que la intervención del Estado en la economía y en la vida nacional fue amplia y se encaminó a defender los recursos de la nación que no estaban en manos del capital extranjero, dentro de los cuales se encontraban las comunicaciones eléctricas, como el telégrafo y el teléfono (Alva, 2007:1-2).

En términos informativos, en estos años funcionó un Estado rector caracterizado por instalar sus propias estaciones de radio, pero también facilitó, en todo momento, que los particulares establecieran las suyas bajo la modalidad de concesiones radiofónicas. La política de la relación del gobierno con los radiodifusores se basó en la autorización de concesiones que el Estado concedía a los sectores privados para transmitir sus ondas hertzianas; permitía la explotación comercial moderada de éstas, pero mantenía

el control jurídico del usufructo lucrativo de la radio, estableciendo ciertas limitantes estratégicas a dicha industria. Entre las principales restricciones a los empresarios figuró la prohibición de "hacer política desde los micrófonos" (Alva, 2007:1-2).

De esta forma, a partir de la supresión del uso político de la radio por otras fuerzas o grupos políticos independientes, interesados en acceder al poder, el Estado permitió que la burocracia gobernante controlara, prohibiera o cerrara los micrófonos privados hacia los temas políticos que atentaban contra sus intereses de sector en el poder. Esto afectó significativamente la libertad de expresión en tal medio y dio un gran poder de regulación al Estado burocrático sobre el aparato mediático. Ejemplo de ello fue la represión que se desató contra las emisoras particulares, especialmente contra la estación XEW cuando difundió, el 7 de noviembre de 1931, un mensaje de diez minutos del Partido Comunista Mexicano, que llegó al continente americano (Alva, 2007:1-2).

Tal subordinación unilateral del poder radiofónico ante el Estado sirvió a los empresarios de la radiodifusión para mantener una relación simbiótica entre el gobierno y el capital comunicativo privado que la aprovechó como moneda de cambio político muy útil para obtener de los diversos gobiernos en turno múltiples privilegios empresariales que le permitieron expandir sus negocios y acumular mayores tasas de ganancias. Entre los favores que conquistaron figuraban exenciones arancelarias, la no aplicación rigurosa de la Ley, una renovación unilateral de concesiones, flexibilidad para cumplir con sus trámites formales, margen amplio para difundir publicidad comercial, etcétera. Dicha etapa abarcó desde el régimen de los presidentes Álvaro Obregón y Plutarco Elías Calles, hasta los tiempos del presidente Lázaro Cárdenas, que tuvo un proyecto para estatalizar la radio, pero debido a que no fue difundido públicamente, no consiguió respaldo de ninguna de las fuerzas sociales para lograrlo (Alva, 2007:1-2).

En un segundo periodo histórico, de 1950 a 1970, el viejo Estado mexicano posrevolucionario aceptó que el sistema de televisión que se instalaría en el país sería el modelo estadounidense, orientado hacia la generación de ganancias, y no el europeo cultural, inclinado a la promoción de la educación, el pensamiento y la difusión del conocimiento científico. Complementariamente

a la incorporación de este prototipo de difusión, el Estado creó, a lo largo del tiempo, un modelo político para cuya operación, el poder en funciones le otorgó a los propietarios de los medios de información masivos concesiones prolongadas del *espectro radio-televisivo*, y todo tipo de facilidades jurídicas a los propietarios de estos medios, siempre y cuando los empresarios se comprometieran a defender al sistema político como “auténticos soldados” del presidente de la República. Así, con mayor fuerza política que antaño, en esta fase histórica, el sector empresarial reconfirmó el acuerdo “¡Yo te doy y tú me das!” (Alva, 2007:1-2).

Mediante tal pacto simbiótico implícito, la estructura del sistema privado comercial dominante de información masiva, particularmente electrónica, con pequeños altibajos, apoyó fundamentalmente a un solo partido político privilegiado durante todo el siglo XX a cambio de recibir sus beneficios: el PRI. A partir de dicha génesis, el prototipo dominante de difusión colectiva privada se desarrolló en el territorio mexicano con gran velocidad y eficiencia como un modelo de comunicación-mercado que rápidamente se volvió concentrador y actuó durante varias décadas en alianza política con los grupos gobernantes coyunturales para defender el *statu quo*.

En este sentido, el origen de la estructura histórica desigual de los medios de difusión colectivos en México se produjo mediante el contubernio consciente del sistema político gobernante durante más de setenta años con el sostén de los concesionarios de los canales de información masivos, especialmente de radio y televisión. Así, desde el inicio de las industrias culturales electrónicas, el Estado mexicano permitió con toda anuencia que los medios privados fueran actuando según sus intereses particulares concentradores y expansionistas mientras apoyaran al sistema político posrevolucionario, encarnado en el PRI. De esta manera, desde el surgimiento de los canales electrónicos de información existió una mutua y voluntaria complicidad pactada entre los gobiernos en turno y la *mediocracia* para que ambos poderes coexistieran gobernando a la sociedad durante un largo periodo, siempre y cuando, uno y otro entramado de macrofuerzas se apoyaran recíprocamente para alcanzar cada uno sus ganancias específicas y pudieran continuar existiendo en conjunto como entidades “armónicamente hegemónicas” en el país.

De tal forma fue la correspondencia funcional tejida entre desarrollo político y desarrollo mediático en este ciclo histórico en México; al periodo del monopolio real de la política por parte del PRI en el siglo XX le correspondió, al mismo tiempo, el monopolio de la comunicación por parte de Televisa y, posteriormente, de Televisión Azteca para consolidar el programa global de gobernabilidad y desarrollo nacional que se impuso a la población. Así, el *poder mediático* se convirtió en uno de los pilares estratégicos de la estructura de poder que permitió que el sistema político y el modelo económico capitalista se desarrollaran funcionalmente con estabilidad hegemónica durante siete décadas. El Milagro Mexicano nunca hubiera sido posible sin el apoyo de los medios de difusión electrónicos privados que en esos años operaban en la nación.

Aunque en estos tiempos, el sector de la radiodifusión nacional había alcanzado más poder y autonomía mediática que le permitían negociar con mayor fuerza frente a los gobiernos en turno para introducir sus intereses en el ámbito público, el Estado todavía continuó manteniendo y desempeñando su posición rectora ante el escenario comunicativo mediante acciones jurídicas reguladoras que frenaban al nuevo poder de las industrias culturales. En tal marco emergió el organismo empresarial denominado Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), que contribuyó a fortalecer al poder empresarial mediático frente al Estado nacional y la población.

En tal contexto, la izquierda y las fuerzas democráticas se encontraban en condiciones de fragilidad debido al reciente estallido del conflicto estudiantil de 1968. Esto provocó que el tema de la comunicación colectiva no se incluyera en las prioridades de los partidos políticos. Así, no surgió ninguna fuerza social democrática que emprendiera la lucha por transformar el sistema de difusión monopolístico dominante hacia un nuevo modelo de comunicación de *servicio público* que atendiera centralmente la resolución de los grandes problemas de la agenda nacional (Alva de la Selva, 2007:1-2). Dicho periodo fue protagonizado por los gobiernos de Miguel Alemán y Adolfo López Mateos, en el cual los grandes concesionarios de la radio y televisión fundaron su imperio de comunicación privada: obtuvieron todas las concesiones que requirieron y alcanzaron la mayor cantidad de privilegios jurídico-tecnológicos posibles.

En un tercer tiempo histórico, de 1970 a 1980, siguiendo el modelo político ideológico ya edificado entre los concesionarios y el gobierno, los medios electrónicos continuaron su rápido y extenso desenvolvimiento por todo el territorio mexicano, construyendo un nuevo sistema nervioso informativo que se convirtió en la principal generadora mental y de movilización de la nación. Mediante esta expansión se construyeron los principales valores, las ideologías, las maneras de ver la vida, la producción de sentimientos masivos básicos, los deseos cíclicos, la opinión pública cotidiana, el entretenimiento masivo, etcétera; en una idea, la hegemonía estratégica que articuló y movilizó desapercibidamente a la sociedad mexicana diariamente durante varias décadas. El poder de penetración y persuasión de la televisión se convirtió en el espacio de convergencia de la familia y, en consecuencia, el Canal 2 de Televisa se convirtió en el “canal de la familia mexicana”.

En esta etapa de evolución emergieron la *radiocracia* y la *telecracia* como instituciones de presión que posteriormente se transformaron en la *mediocracia* y se ubicaron dentro de la estructura de fuerzas sociales como el cuarto poder ideológico político; funcionaron como instancias de coacción importantes frente al gobierno, la Iglesia, los partidos políticos, las organizaciones civiles, las instituciones, las comunidades, etcétera, pero no alcanzaron el nivel de *poderes fácticos*, pues todavía se contaba con la intervención de un Estado nacional fuerte que los regulaba y los subordinaba a las directrices de gobernabilidad de la clase política estacional. Es decir, los medios fueron fundamentalmente instituciones modernas de fuerte socialización cultural y de influencia política mental masiva, que coexistieron equilibradamente junto al poder del Estado-nación posrevolucionario que buscaba la difusión de su ideología, la legitimación cotidiana de su acción y la modernización de su imagen.

En esos años, la población se encontraba seducida por las maravillas tecnológicas de los medios, especialmente de la televisión y de su correspondiente programación modernista de masas; y la sociedad civil crítica apenas despertaba a la necesidad de discutir la creación de otro proyecto de comunicación nacional que representara los intereses de las grandes mayorías del país (Alva de la Selva, 2007:3-4).

En un cuarto ciclo histórico, de 1980 a 1990, este equilibrio de fuerzas hegemónicas entró en crisis sistémica y cambió drásticamente cuando la revolución tecnológica y otros factores estructurales comunicativos de fuerza extra posibilitaron que el poder mediático evolucionara de su posición vigorosa de cuarto poder a una nueva ubicación de centralidad social y que se transformara en el primer poder ideológico político. Así, cuando el proyecto económico de crecimiento nacional –que se fundó en la dinámica del proteccionismo y la sustitución de importaciones– llegó a su agotamiento al final en la década de 1980, en el gobierno del presidente José López Portillo, y se inició el modelo de expansión neoliberal con Carlos Salinas de Gortari, el Estado mexicano entró en una dinámica de modernización que lo llevó a su adelgazamiento institucional y su desregulación informativa. Esta situación permitió que el sector comunicativo privado se fortaleciera en nuevas proporciones hegemónicas hasta llegar a plantear los cimientos para el surgimiento de la Cuarta República mediática.

El reforzamiento de esta nueva realidad histórica mediática se aceleró más cuando el Estado mexicano abdicó de ejercer su función como rector cultural y dejó de producir "contendidos comunicativos públicos", argumentó que era muy costoso elaborarlos y buscó vías de mayor ahorro, delegando la elaboración de contenidos y la función de conducción mental y afectiva a la dinámica del mercado, regida con su lógica salvaje de la "autorregulación" y su correspondiente dinámica neoliberal del "dejar hacer, dejar pasar comunicativamente" sin límite, con tal de obtener mayores beneficios económicos y fortalecer el arquetipo monopólico de las industrias culturales privadas, comerciales, nacionales y transnacionales. El Estado sólo produjo contenidos propagandísticos en los periodos electorales, en las fases de anuncio de sus éxitos políticos, en los desastres naturales, en las etapas de excepción social o en las coyunturas de crisis institucionales, para legitimar su gobernabilidad; comisionó indirectamente su principal función de educación y dirección colectiva, en el resto de los momentos del ciclo de la vida social, al proceso cotidiano de difusión masivo empresarial.

Con ello, el *capital cultural* –edificado durante muchas décadas por el Estado y sus órganos instructivos para construir ideológica y políticamente al Estado-nación– de manera gradual fue susti-

tuido imperceptiblemente por el trabajo ideológico habitual que realizaron los medios de información privados lucrativos hasta construir un nuevo *capital cultural mediático*, que fue altamente funcional para la nueva economía de consumo surgida con el novedoso modelo de crecimiento neoliberal de puertas abiertas a la globalización. En esta etapa se creó a nivel cultural un tejido mental consumista que rearticuló eficazmente a las comunidades desorientadas o fracturadas en su búsqueda de ascenso social y de un nuevo sentido de la vida. Así, los grupos sociales fueron integrados alrededor del proyecto económico y existencial del mercado con su respectiva cultura de consumo, y no con base en la construcción cultural del proyecto de nación pluricultural autónoma y autosustentable que tanto requería el México moderno en proceso de integración acelerada a la dinámica de la globalización mundial.

En un quinto periodo histórico, de 1990 a 2000, derivado de las tendencias anteriores, las empresas de información colectiva, especialmente los canales electrónicos, conquistaron tal concentración magna de poder informativo, cognoscitivo, ideológico, virtual, emocional, político, económico y de movilización sobre los grupos sociales que se convirtieron en los *primeros poderes ideológicos* dominantes sobre los ciudadanos, y se transformaron gradualmente en efectivos *poderes fácticos mediáticos* de la sociedad contemporánea mexicana.¹⁶ En este momento, las industrias culturales electrónicas ya eran las principales instituciones dominantes del poder ideológico político moderno, que impusieron sus intereses particulares al Estado y a la sociedad como si fueran las necesidades y los valores propios del proyecto aspiracional fidedigno de crecimiento del resto del conjunto social. En esta etapa de desarrollo comunicativo, el Estado-nación todavía contó con algunos mecanismos y eficientes recursos jurídicos y políticos, aunque limitados, para subordinar parcialmente a los *poderes fácticos mediáticos* a los lineamientos que fijó el mandato de la Constitución Política Mexicana.¹⁷

¹⁶ Para ampliar el conocimiento sobre el fenómeno de los medios de difusión como el primer poder ideológico en la sociedad mexicana, consúltese Esteinou (2002:49-62; 2004:86-88).

¹⁷ Para ampliar el conocimiento relativo a la función general que desempeñan los poderes fácticos sobre los procesos de gobernabilidad, consúltese Casar (2009).

Para defenderse del enorme poder mediático alcanzado por los concesionarios privados de los medios de difusión colectivos en México, los gobiernos en turno construyeron discursos públicos antimediáticos en la medida en que cada cúpula política consideraba que las acciones de los canales de información masivos afectaban o se enfrentaban a sus diversos proyectos de gobernabilidad coyuntural. Así, en esta fase surgieron diversas propuestas estatales de regulación jurídica de las industrias culturales para intentar disciplinar, dentro de marcos legales más equilibrados, al poder mediático desatado.

Finalmente, en un sexto estadio histórico, de 2000 en adelante, el desarrollo y la organización tecnológica, jurídica y empresarial de los consorcios de la comunicación colectiva controlaron las áreas estratégicas de la construcción cotidiana del conocimiento social, la edificación de la opinión pública, el entretenimiento y la movilización colectiva del país. Así, por ejemplo, en 2010, Televisa

[...] poseía el 68% de las concesiones en materia de televisión abierta, concentraba el 75% de la publicidad en medios electrónicos, dirigía más de 55% del mercado de la televisión restringida –a través de Cablevisión y sus socias Cablemás, TVI y Megacable–, imponía sus condiciones para cumplir con las reglas del *must carrier* y el *must offer*, tenía cuatro “canales espejo” que el Estado le otorgó sin pago alguno hasta el 2021, y frenó la posibilidad de que existiera una competencia real en esa materia. Pero por si esto no bastara tenía 130 permisos para centros de apuestas denominados “Play City”, poseía 25% de una empresa de aviación, controlaba las agencias publicitarias, el mercado discográfico, la industria del espectáculo, el fútbol profesional y no tenía rival en su estrategia de mercadotecnia política [Villamil, 2010b].

El fenómeno de afianzamiento mediático dominante, en cuanto *poderes fácticos*, se consolidó más cuando se quebró el mermando equilibrio político que existía entre el poder del viejo sistema de conducción gubernamental priísta y los grandes consorcios de la comunicación, al darse la alternancia del PRI al Partido Acción Nacional (PAN). Así, hasta antes de la evolución política al bipartidismo, los presidentes de la República siempre negociaron con mando firme en todos los sexenios anteriores con los concesio-

narios de los medios de difusión los diversos beneficios que anhelaban obtener los empresarios de la difusión para fortalecer la expansión corporativa de sus industrias informativas, y los gobiernos en turno les concedían algunos privilegios a cambio del cumplimiento de los pactos de respaldo informativo acordados para coger al país con “armonía mediática”.

Sin embargo, no obstante este acuerdo convencional de cúpulas, con el incierto comienzo del sexenio de Vicente Fox Quesada se quebró el prolongado modelo político, mediático, priísta y autoritario que había funcionado durante más de siete décadas, y se abrieron delicados vacíos de gobernabilidad que no fueron ocupados inmediatamente por los cuadros operativos del nuevo grupo político que ascendió al poder, y fueron rápidamente absorbidos por la intervención ideológica constante de los medios de difusión electrónicos en cuanto instituciones orgánicas para enlazar virtualmente al nuevo poder burocrático dominante con la ciudadanía que lo había elegido. En esta forma, debido a la enorme inexperiencia política con la que se inició la gestión del gobierno del PAN, a la vulnerabilidad del nuevo grupo político en el poder estatal, a la gran necesidad del gobierno foxista de lucir ante la población una imagen positiva, a la distracción de la sociedad que se centró en la victoria del proceso electoral coyuntural de 2000 y 2006, a la falta de contrapesos civiles para crear otro proyecto de cambio estructural y al gran poder ideológico, político y tecnológico acumulado por los concesionarios de los medios electrónicos; el tan esperado “gobierno del cambio” no supo negociar con visión estadista experimentada, de mediano y largo plazo, el nuevo pacto de gobernabilidad existente durante varias décadas entre el gobierno y la *mediocracia*. A cambio de recibir el apoyo propagandístico del aparato mediático, el “gobierno del cambio” cedió rápidamente ante las presiones monopólicas y aceptó otorgar desmedidamente todas las condiciones extremas de privilegio y de ventajas unilaterales que demandaron los concesionarios de las *industrias culturales*, sobre todo electrónicas, para expandirse y evolucionar de monopolios a oligopolios de la comunicación, la cultura, el entretenimiento, las telecomunicaciones y la hegemonía ideológico-política del país.

En este sentido, después de que Vicente Fox ganó las elecciones presidenciales el 2 de julio de 2000, y de iniciar el proceso de

"transición pacífica hacia la democracia nacional", dicho mandatario decidió pactar con los grandes concesionarios de los medios electrónicos una alianza más ventajosa que la que había establecido durante muchos años el PRI con los empresarios de la comunicación. Así, contrariamente a lo que prometió en su campaña electoral, en el sentido de que transformaría radicalmente todas las instituciones que había heredado del régimen priísta durante muchos años, especialmente la estructura desigual de la comunicación social, paradójicamente, en pocos años, el presidente Fox las fortaleció desmedidamente a un grado que nunca antes se había dado.

De esta manera, el poder Ejecutivo estableció un contubernio declarado con los grandes propietarios de la radio y la televisión consistente en darles todos los privilegios estructurales que desearan a cambio de que, en un primer momento, le promovieran masivamente ante la población una imagen exitosa, triunfadora, de renovación como gobernante, y que respaldara la acción de su nueva administración pública, pues no contaba con suficiente experiencia y apoyos acumulados para resolver todas las graves contradicciones de gobernabilidad a las que se enfrentó su novel administración. Y en un segundo momento, que le permitieran utilizar en la siguiente contienda electoral federal la gran infraestructura comunicativa y propagandística del poder mediático privado para apoyar con gran superioridad al candidato del PAN, Felipe Calderón Hinojosa, a la presidencia de la República, hasta que triunfó en julio de 2006.

En dicha fase de consolidación como *poderes fácticos salvajes*, la relación entre el Estado y los medios cambió sustancialmente y ya no siguió el tradicional pacto de complementariedad para la dominación, establecido durante décadas anteriores, con el acuerdo: "¡Yo, gobierno, te doy para que tú, poder mediático, me des!"; sino que se replanteó como: "¡Yo, poder mediático autocrático, he adquirido tanta fuerza política, ideológica y social, que obtengo por mi propio poder lo que deseo, sin dar nada al gobierno, ni negociando con él u otorgándole muy poco!". Así, en este periodo, los concesionarios avanzaron unilateralmente hasta donde quisieron, practicando la siguiente estrategia de funcionamiento: lo que antes se negociaba bilateralmente entre el Estado y los concesionarios monopólicos, ahora los propietarios de las

industrias culturales lo impusieron unilateralmente al Estado y a la sociedad.

Ejemplos de la consolidación de este periodo salvaje de la historia de la comunicación nacional fueron la anulación del pago del impuesto de 12.5% a la Radio y la Televisión, el 10 de octubre de 2002; la aceptación del Acuerdo para la Televisión Digital en 2004; la aprobación, en sólo seis minutos, de la *Ley Televisa* en la Cámara de Diputados en diciembre de 2005, sin ser discutida por los partidos políticos; el asentimiento del Acuerdo de Convergencia en 2006 por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT); la propuesta de la *Fórmula Combo* para la transición tecnológica de la radio, que significó el regalo de una frecuencia de FM a los radiodifusores que previamente tuvieran una frecuencia de AM; la obtención en 2007, por parte la SCT, de diversos “canales espejo” hasta 2021, para consolidar la convergencia tecnológica sin pago alguno de contraprestación; la exención del pago de impuestos a los empresarios de las telecomunicaciones en el Presupuesto Fiscal de la Federación de 2009, la dispensa de pago de derechos a Televisa y la compañía telefónica Nextel por el usufructo del espectro de la telefonía celular, que es un bien público, propiedad de la nación;¹⁸ la formación de la *telebancada* como grupo político privado para defender los intereses de los empresarios de la comunicación en la LXI Legislatura del Congreso de la Unión;¹⁹ la realización de los refrendos automáticos de las concesiones en 2010, contraviniendo la sentencia de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), la cual dictaminó que se debían otorgar por concurso público, etcétera.

¹⁸ Asombrosamente, en medio de la peor crisis financiera y económica que vivió el país desde la Gran Depresión de 1930, el Estado mexicano decidió dispensar a Televisa y a su socio Nextel del pago de derechos por el usufructo del espectro para la telefonía celular. Así, los diputados y los senadores aprobaron exentar hasta cinco mil seiscientos millones de pesos por el pago de derechos a los “nuevos jugadores” de la telefonía celular, cuando, en ese mismo periodo, Televisa oficializó que contaba con casi mil quinientos millones de dólares extras para comprar 30% de la compañía telefónica Nextel si ganaba la polémica licitación de la banda 1.7 Ghz, ideal para dar los servicios de *cuádruple play* (video, audio, internet y telefonía) (Villamil, 2010b).

¹⁹ Para ampliar el conocimiento sobre la acción del grupo de legisladores de la *telebancada* ante las radios comunitarias, consúltese Hernández (2010:18-20).

La penetración de este poder oligopólico, salvaje y desbocado llegó a tales grados elevados de aplicación de su mega fuerza para subordinar al Estado-nación mexicano que, por ejemplo, en 2010 logró que

[...] los legisladores le garantizan privilegios fiscales; que la Secretaría de Hacienda (SHCP) cabildeara a su favor; que la Comisión Federal de Competencia, órgano regulador de antimonopolios, simplemente ya no viera lo que para todos era un hecho –el predominio absoluto de Televisa en las concesiones–; que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) favoreciera que el consorcio se quedara con la banda de 1.7 Ghz; que la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) emitiera bases favorables para los intereses del consorcio; que la clase política quedara intimidada y desesperada por aparecer en la pantalla del monopolio para que no vetaran sus aspiraciones electorales, a cambio de contar con sus favores; y que un grupo de intelectuales lo apoyaran pretendiendo encontrarle, ahora sí, bondades a una compañía que siempre había actuado monopolícamente [Villamil, 2010b].

Dicho fenómeno llegó a alcanzar tales proporciones de consolidación real, que por ejemplo, en febrero de 2010, durante la discusión del Proyecto de Reforma del Estado Mexicano que envió el presidente Felipe Calderón Hinojosa al Congreso de la Unión, diversos precandidatos que desean contender por la Presidencia de la República en 2012, como fueron los senadores Carlos Navarrete, presidente del Senado, Manlio Fabio Beltrones, director del Instituto Belisario Domínguez, y Santiago Creel Miranda, ex secretario de Gobernación, reconocieron públicamente que

[...] en ese momento no existían condiciones para acotar a los *poderes fácticos* que prevalecían en el país, como eran los sindicatos y las televisoras. Tenemos la impresión de que ningún gobierno en las condiciones actuales tiene las fortalezas para enfrentarlos, porque los *poderes fácticos* juegan con el poder político, juegan con quien está en el gobierno, juegan con la oposición o enfrentan a los dos y se benefician de la división del Ejecutivo con el Congreso. Los monopolios y sindicatos están retando constantemente la vida institucional del país y solamente un gobierno de coalición fuerte, de grandes alianzas, podrá enfrentarlos. Este es el tema de temas. Por ello, la *Reforma*

Política debería prever mecanismos que funcionen como diques para limitar los excesos y enfrentar a los *poderes fácticos* ["Apoyan a candidatos sin partidos...", 2010].

Por consiguiente, en este momento histórico, los medios de difusión electrónicos se convirtieron en un poder soberbio, retador y golpista que actúa contra el Estado-nación y contra cualquier sector independiente que considera un peligro para la expansión de sus intereses empresariales oligopólicos. Políticamente se erigieron como un *Estado mediático* dentro de la estructura del Estado constitucional de la Cuarta República nacional. Así, en los tiempos de la *mediocracia salvaje* se originaron los mayores desafíos de la *telecracia* contra el Estado nacional, los poderes republicanos y la sociedad civil como nunca antes se habían gestado en toda la historia de la comunicación electrónica en México. En consecuencia, en dicho periodo se experimentó el mayor debilitamiento ideológico-político del Estado moderno y del proyecto cultural de las comunidades, el cual se ha experimentado en todo el devenir nacional, desde de la Revolución de 1910 hasta la fecha, y se fortaleció el modelo de la *Cuarta República mediática* en México, que es el arquetipo que encabeza la dirección del futuro del país en el siglo XXI.²⁰

La evolución gradual de esta realidad por las seis fases históricas anteriores permitió que en la nación paulatinamente se afanzara un gran modelo de comunicación colectivo, privado, concentrado, vertical, autoritario, monopólico, discrecional, con exceso de comercialización, con raquítrico o nulo *servicio público*, etcétera, que se convirtió en una eficiente arma empresarial para presionar a la clase política en cada sexenio de gobierno. Así, con el apresurado avance tecnológico y la creación de este modelo de comunicación colectivo, los propietarios de los medios obtuvieron nuevas posiciones de influencia ante los gobiernos en turno y se transformaron de meros *poderes fácticos* en modernos *poderes fácticos salvajes*. Su naturaleza como *poderes fácticos salvajes* se caracterizó porque las industrias mediáticas conquistaron tal grado de fuerza sobre la dirección de la

²⁰ Para profundizar sobre las características de esta fase histórica de consolidación de los medios de difusión colectivos como *poderes fácticos salvajes*, consúltese Sánchez (2009:193-222) y Caballero (2009:187-92).

sociedad que rebasaron la rectoría del Estado nacional, y éste ya no las pudo someter a los principios constitucionales. De esta forma, operaron como poderes progresivamente sin control o contrapesos que los pudieran normar o civilizar con base en el interés colectivo.

A partir del gobierno de Vicente Fox, el modelo mediático privado se fortaleció en grado mayúsculo, lo cual provocó un salto sustancial en el proceso histórico de maduración de la Cuarta República mediática. Desde este momento, los poderes fácticos mediáticos pudieron ser cada vez menos controlados por el Estado-nación y evolucionaron de ser meros *poderes fácticos* para convertirse en *poderes fácticos salvajes*, que rebasaron la autoridad del Estado y de la sociedad e impusieron unilateralmente al Estado y al tejido comunitario su proyecto de gobierno y usufructo de la colectividad, particularmente, en el ámbito del imaginario comunicativo cultural.²¹

Es por esto, que no puede explicarse coherentemente la posición y las funciones dominantes que alcanzaron los medios de difusión colectivos como poderes fácticos hegemónicos en México en sus diversas fases históricas, sin la participación estratégica, activa y consciente que desempeñó la clase política nacional durante varias décadas. Por consiguiente, las bases del surgimiento de la *Cuarta República mediática* se construyeron en acuerdo con la voluntad del sector político a lo largo del siglo xx, y con dicho apoyo se cimentaron a principios del siglo xxi para alumbrarla. En este sentido, aunque la clase política protesta, critica y se incomoda en "voz alta" por el alto margen de poder que ha acumulado la *mediocracia* en México, la falta de honestidad, autocrítica, compromiso y memoria histórica de ese sector político hegemónico para con el bienestar de la nación y la apertura de la comunicación nacional, le impiden reconocer que la clase política misma fue un elemento definitivo para el desplazamiento gradual del Estado por el aparato mediático para dar origen a la Cuarta República mediática en el país.

De esta forma, constatamos que, si bien el Estado autorizó desde hace varias décadas el surgimiento y la acción regulada del poder mediático en el territorio nacional –por medio del otor-

²¹ Para ampliar el concepto de *poderes salvajes*, consúltese Trejo (2004).

gamiento de concesiones para la radiodifusión—, con el paso del tiempo dicha fuerza se convirtió en parte fundamental de la actual estructura del Estado moderno mexicano. Así, en la primera década del siglo XXI, la criatura mediática ya es mayor que el creador, pues el Estado que le dio vida mediante las concesiones y el fomento jurídico empresarial para su expansión, ahora está subordinado, cada vez en mayor porcentaje, al poder ideológico político que ha concentrado el *aparato mediático*.

Es más, puede afirmarse que la paternidad de los *poderes fácticos comunicativos* en México sólo se puede comprender históricamente por el respaldo del comportamiento corrupto, cómplice y desobligado que durante muchos años practicó la clase política mexicana, que permitió la incubación y la expansión ideológica, tecnológica y política desmesurada de estos poderes monopólicos, privados y comerciales, hasta que ya no los pudo controlar con las viejas reglas jurídicas de subordinación o de intercambio de “beneficios establecidos” en el viejo pacto político acordado entre el Estado y los concesionarios. Mientras tanto, los propietarios de los medios de difusión masivos se fortalecieron en grado extremo y se convirtieron en los cuervos que creó el mismo sistema de gobernabilidad del tradicional Estado mexicano, los cuales, a mediano plazo, le sacaron los ojos (cuadro 9).

La intervención de los poderes fácticos comunicativos y la mutación de la Cuarta República nacional

La comunidad nacional pasó de la declaración del espíritu de los *Sentimientos de la Nación* de 1813, que buscaba fundar la nueva República Federal para dar un nuevo orden civilizatorio superior a nivel nacional mediante el reconocimiento de los nuevos derechos civiles y la creación de modernas instituciones públicas, al triunfo del pragmatismo de los “sentimientos del mercado desregulado” en el ámbito comunicativo, a partir del 2000, regidos por la *mano invisible* de la ley de la libre oferta y demanda de los monopolios informativos. Lo que éstos pretendieron fue la consolidación del modelo de mercado como regla básica para vivir, relacionarse, comunicarse y ver la vida en comunidad. En el fondo, fue el triunfo histórico de la lógica de los monopolios

informativos del mercado desregulado en el campo virtual por encima de la lógica planificadora de dirección del Estado-nación soberano en el terreno comunicativo.

De esta manera, el origen de la Cuarta República mediática provino del poder fáctico de los empresarios de la comunicación electrónica, que en sus orígenes actuaron como empresas aisladas y, posteriormente, en la medida en que maduraron y se expandieron en el país, se integraron sistemáticamente como gremio monopólico empresarial por medio de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT). Desde este frente presionaron al Estado tradicional y transformaron su estructura para crear la Cuarta República mediática, que impulsó su proyecto de comunicación privado, comercial y de intereses oligopólicos sobre el *campo público* de la sociedad en general.

En este sentido, las primeras tres repúblicas nacionales se gestaron por las necesidades históricas consensuadas de la mayoría nacional para dar forma estructural equilibrada al proceso de gobernabilidad social en México y de maduración de diversos procesos históricos colectivos de participación sociopolítica, que crearon contrapesos ponderados a los poderes públicos para gobernar con mayor armonía en el país. En cambio, la Cuarta República mediática no surgió por el reconocimiento constitucional o formal por parte del sector jurídico del Estado, sino por la introducción de la fuerte revolución tecnológico-comunicativa en el *espacio público* del país; por la formación de los monopolios de la comunicación electrónica; por la concentración de grandes cuotas de poder que instalaron las industrias culturales a nivel comunicacional; por la incapacidad del Estado mexicano de poner bajo un orden jurídico justo a los poderes mediáticos salvajes; por la necesidad unilateral de la ampliación de los requerimientos del mercado, a escala ampliada, en la esfera ideológica de nuestra sociedad; y finalmente, por la derrota del Estado-nación en el terreno comunicativo ante los oligopolios mediáticos. Con todo ello, la Cuarta República mediática cimentó su poder a partir de la apropiación, concentración y secuestro privatizado del espectro radioeléctrico nacional para desde ahí crear su monopolio ideológico-político que le dio enorme fuerza y expansión política y económica sobre el gobierno y la comunidad nacional.

Cuadro 9
Fases por las que atravesó la consolidación del *poder mediático* electrónico en la historia de México

<i>Aspectos estructurales del desarrollo histórico del poder mediático</i>	<i>La "no política"</i>	<i>Instituciones relevantes de socialización cultural</i>	<i>El cuarto poder</i>
<i>Periodos de evolución</i>	<i>1920-1950</i>	<i>1950-1970</i>	<i>1970-1980</i>
Características históricas del lugar estructural que alcanzaron	Este momento fue protagonizado exclusivamente por la presencia de la prensa y la radio, pues la televisión aún no surgía en el país. La radio se desarrolló en un marco en el que los gobiernos posrevolucionarios impulsaron la intervención nacionalista del Estado en todos los ámbitos estratégicos para controlar el desarrollo de la nación. En dichos momentos, el Estado rector instaló sus propias estaciones de radio, pero también facilitó sustancialmente que los particulares establecieran las suyas bajo la modalidad de concesiones comerciales privadas.	Los medios de transmisión radiofónicos penetraron tecnológicamente de forma muy rápida y ágil la vida cotidiana de los ciudadanos y se convirtieron en instituciones de fuerte influencia mental y afectiva sobre los campos de conciencia de los individuos.	Los canales electrónicos se expandieron en amplios espacios de acción social y construyeron diversas culturas masivas que atravesaron los gustos, mentalidades, ideologías, emocionalidades, comportamientos, etcétera, de grandes grupos sociales, según fueron las características tecnológicas y discursivas específicas de cada uno de ellos. La televisión se convirtió en el centro de reunión de la familia mexicana.

<i>El primer poder ideológico político o mediocracia</i>	<i>Poderes fácticos</i>	<i>Poderes fácticos salvajes</i>
1980-1990	1990-2000	2000 en adelante
<p>Las empresas de difusión masiva rebasaron las capacidades de socialización cultural de todos los aparatos de ideologización mental del Estado convencional (escuela, Iglesia, partidos políticos, órganos culturales, casas de cultura, etcétera), y se colocaron en el vértice de la construcción del conocimiento masivo y del funcionamiento cultural cotidiano, particularmente en las ciudades. El conjunto de las instituciones sociales utilizaron a los medios de difusión colectivos para proyectarse en el nuevo <i>espacio público mediático</i> y realizar sus funciones institucionales tradicionales desde las mismas tecnologías culturales de masas.</p>	<p>Debido a los avances anteriores, las instituciones de información colectiva, especialmente los canales electrónicos, conquistaron una enorme concentración de poder informativo, epistemológico, ideológico, virtual, emocional, político, económico y movilizador, por lo que se transformaron en los <i>primeros poderes ideológicos</i> que dirigen la conciencia de los ciudadanos.</p>	<p>Los medios electrónicos de difusión social alcanzan su mayor realización monopólica y controlan los principales eslabones del proceso de comunicación colectiva de la sociedad moderna.</p>

Cuadro 9 (continúa)

<i>Aspectos estructurales del desarrollo histórico del poder mediático</i>	<i>La "no política"</i>	<i>Instituciones relevantes de socialización cultural</i>	<i>El cuarto poder</i>
<i>Periodos de evolución</i>	1920-1950	1950-1970	1970-1980
<p>Consecuencias históricas que generó el poder mediático sobre la transformación del Estado y la sociedad mexicana</p>	<p>La política de relación del gobierno con los radiodifusores se basó en la autorización de concesiones que el Estado otorgó a los empresarios privados para transmitir sus ondas hertzianas, lo cual permitió su explotación comercial moderada. El Estado mantenía el control jurídico del usufructo lucrativo de la radio estableciéndole ciertas limitantes estratégicas. Tal subordinación del poder radiofónico ante el Estado sirvió a los empresarios de la radiodifusión para conservar una relación de intercambio simbiótico entre gobierno y capital comunicativo privado, la cual les fue muy útil como moneda de cambio político para obtener del gobierno diversos privilegios empresariales que les permitieron expandir sus empresas y acumular mayores tasas de ganancia.</p>	<p>Los medios de información colectivos iniciaron diversos procesos masivos de predominio ideológico que introdujeron en la vida cotidiana una nueva socialización subjetiva que rebasó todas las otras modalidades históricas de influjo mental que había experimentado la sociedad mexicana en fases anteriores de su evolución cultural. Con ello, la historia cultural de México, después de la Revolución de 1910, se dividió en dos grandes etapas: antes y después de la presencia y operación de los medios de información colectivos.</p>	<p>Las <i>industrias culturales</i> crearon un nuevo <i>espacio público</i> de naturaleza mediática y se convirtieron en contrapesos institucionales virtuales frente a los poderes constitucionales tradicionales durante muchas décadas. Mediante la fuerza concentrada, se tornaron en grupos de presión que coaccionaron fuertemente sobre los órganos de gobernabilidad que constituyeron al Estado mexicano tradicional para que se aceptaran unilateralmente sus intereses de expansión empresarial monopólica privada. Así, se transformaron en el <i>cuarto poder ideológico político</i>, desde el cual presionaron a los poderes republicanos del Estadonación tradicional en México: el poder Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial.</p>

<i>El primer poder ideológico político o mediocracia</i>	<i>Poderes fácticos</i>	<i>Poderes fácticos salvajes</i>
1980-1990	1990-2000	2000 en adelante
<p>Los canales electrónicos generaron el principal frente hegemónico de valores, culturas y afectividades cotidianas que articularon a la sociedad nacional y edificaron sus propios modelos de desarrollo colectivo, los cuales fueron funcionales para la ampliación de su prototipo de crecimiento mediático concentrado. El Estado-nación gradualmente entró en una nueva fase histórica de reestructuración, competencia y sustitución de sus funciones orgánicas de gobernabilidad pública, ocasionada por el avance del <i>poder virtual</i> de los medios colectivos de información en el nuevo <i>espacio público mediático</i> que edificaron.</p>	<p>Las empresas comunicativas de la radiodifusión de masas se convirtieron en las instituciones dominantes del poder ideológico político moderno, pues impusieron sus intereses particulares al Estado y a la sociedad como si fueran las necesidades y los valores propios del proyecto aspiracional fidedigno de crecimiento del resto de la población. Así, se transformaron en efectivos <i>poderes fácticos mediáticos</i> que presionaron al Estado y a la sociedad contemporánea mexicana. En esta fase histórica, el Estado-nación todavía contó con algunos mecanismos y recursos limitados para subordinar parcialmente a los <i>poderes fácticos mediáticos</i> a los lineamientos que fijó el mandato de la Constitución Mexicana.</p>	<p>La estructura de los sistemas de comunicación comerciales colectivos alcanzaron tal megacumulación de fuerza ideológico-política que les permitió practicar sobre el Estado y la sociedad un comportamiento amenazante, prepotente, desigual e impune como empresas privadas comerciales que operaron con libertinaje institucional sin contrapesos efectivos frente al poder estatal y comunitario. En términos operativos de conducción del proceso de la gobernabilidad, la fuerza del Estado y de la sociedad civil ya no logró regular el grado de poder autónomo conquistado por las industrias culturales comunicativas para someterlas al mandato constitucional y al interés colectivo. Estas industrias operaron cada vez más fuera de la regulación jurídico-política constitucional como <i>poderes fácticos salvajes</i>, subordinando el proyecto global de desarrollo nacional a sus intereses oligopólicos privados de carácter económico, político e ideológico. Ejemplo de ello fue la presión del <i>poder mediático</i> contra el poder Legislativo y el Ejecutivo para que aprobaran en el Congreso de la Unión la <i>Ley Televisa</i> en 2006.</p>

De esta forma, a diferencia de la construcción histórica de las otras tres repúblicas nacionales –que significaron un avance democrático que dio forma y organización al funcionamiento colectivo de la sociedad mexicana bajo la estructura de tres poderes federales diferenciados, soberanos y complementarios–, la creación de la Cuarta República mediática no fue un avance democrático para la sociedad mexicana, fue la fuerte imposición de un nuevo poder fáctico “autorregulado”, incluso salvaje, que compite en el campo de acción y de influencia de los otros tres poderes públicos establecidos constitucionalmente. En este sentido, las tres primeras repúblicas nacionales surgieron históricamente a partir de la ideología de los *Sentimientos de la Nación*, para generar la concordia y la unidad del país alrededor de un nuevo consenso social que favoreciera la igualdad social, contar con un proyecto de desarrollo incluyente, establecer mayor justicia colectiva, crear ciudadanos, permitir la defensa de los intereses básicos de las comunidades, formar un régimen democrático, fortalecer al Estado nacional, etcétera.

En cambio, la Cuarta República mediática nació desde los parámetros pragmáticos comerciales de la modernidad empresarial de los “sentimientos del mercado”, como una realidad privatizadora del *espacio público* para competir con los poderes republicanos del Estado-nación y no reforzarlos; para fortalecer el modelo de economía oligopólica y no una economía social; para legitimar las estructuras empresariales de la comunicación y no crear modelos de *servicio público* de la misma; para crear consumidores y no ciudadanos; para crear monopolios y no competencia; para imponer sus intereses particulares y no considerar las necesidades de sobrevivencia de la mayoría de la población; para crear identidades globalizadas y no respeto a las pluriculturalidades locales; para disputar el patrimonio de la nación y no generar distribución de la riqueza interna, etcétera.

Así, en la realidad cotidiana de principios del siglo XXI, el tradicional Estado-nación republicano edificado con un alto costo social en largos procesos históricos de emancipación política, como fueron los movimientos de la Independencia y de la Revolución mexicana, como tal, ya desapareció. Contrariamente a los discursos oficiales de la burocracia gubernamental que sostienen permanentemente que el Estado republicano sigue exis-

tiendo de forma pura en el país, en términos concretos, desde finales del siglo xx y principios del siglo xxi, la nueva República real que se construye en México ya no es la del federalismo, la de la ciudadanía, la de la división de poderes públicos ni la de una mayor democracia, sino la de la Cuarta República mediática, que es la gobernabilidad creciente de los concesionarios de los medios de difusión colectivos, especialmente de la *telecracia*, la *radiocracia* y sus aliados políticos, sobre la mayoría de la población mexicana para disputarse la dirección de la sociedad y la riqueza de la nación.

De esta manera, ahora existe un nuevo fenómeno mezclado del Estado contemporáneo, ocasionado por la convivencia simultánea de los tres poderes republicanos tradicionales junto con el gran *poder mediático* que ha logrado un avance altamente significativo en el ámbito *público*, y desde el cual le pelea al Estado convencional el ejercicio de sus funciones tradicionales de gobernabilidad republicana.

Con la emergencia de este nuevo fenómeno mediático, la sociedad mexicana entró en una nueva fase histórica de construcción del Estado y de la República que no fue de progreso nacional, sino de un gigantesco retroceso histórico, y así se consolidó con mayor fuerza la edificación de la Cuarta República mediática. Dicha nueva república no se edificó con base en el espíritu originario del Estado-nación que inspiraron la formación de las otras tres repúblicas como procesos de independencia frente a los poderes despóticos que gobernaban, sino que esta última emergió desde las pasiones perversas y voraces que impuso la dinámica de la "mano invisible" del mercado comunicativo autorregulado o desregulado de las industrias culturales monopólicas que impulsaron los parámetros de la posmodernidad económica y política nacional en el país. Según este mercado, dentro del nuevo marco histórico, ser comunicativamente posmoderno es dar total margen de acción a los medios de difusión electrónicos para que actúen sin restricciones en el espacio público y puedan realizar sin obstáculos su programa de acumulación económica y de dirección político-ideológica de la sociedad.

El proyecto de la Cuarta República mediática se acentuó notablemente con la introducción del modelo de desarrollo neoliberal en el país que adelgazó, debilitó o borró al Estado soberano de su

posición rectora, y esto facilitó que el poder mediático se consolidara alrededor del plan de mercado desbocado y gradualmente erosionara o sustituyera el proyecto rector del Estado-nación.

En esta nueva etapa histórica de transformación del Estado tradicional es muy importante resaltar que, aun cuando la del *Estado ampliado* también se dio con severas restricciones por parte de los medios de difusión de *servicio público*, vía éstos no se ocasionó el retroceso del Estado-nación pues, al funcionar como medios de gobierno, lo que provocaron fue la ampliación virtual burocrático-funcional de las tareas que debía ejercer dicha instancia rectora del conjunto social. Sin embargo, su acción no fue suficientemente sustantiva como para compensar el desplazamiento ideológico político que gestaron las industrias mediáticas comerciales privadas sobre la estructura y dinámica del Estado convencional en México.

En este sentido, en el proceso de conformación de la Cuarta República mediática, los medios de información de Estado o *servicio público* no tuvieron un lugar muy relevante como para contrarrestar dicho fenómeno de mutación histórica de la estructura del poder, pues debido a su anarquía de funcionamiento político cultural, al abandono en que los colocó la clase política, a su falta de adopción del modelo de comunicación de *servicio público*, al vacío jurídico de su marco normativo, a su uso propagandístico por parte del poder en turno, etcétera, estos mediadores no pudieron actuar compensatoriamente contra el impacto de los medios comerciales privados para evitar dicha realidad de retroceso histórico. Por ello, la caracterización de la *Cuarta República mediática* fue creada y definida esencialmente por el aparato de comunicación mediático comercial privado en el país, y no por la fuerza cultural de los medios de difusión de *servicio público* que no alcanzaron a madurar en su proyecto como medios de Estado.

Así, el modelo de comunicación comercial derivado de las industrias mediáticas privadas se impuso como el prototipo de comunicación dominante global para el resto de la sociedad moderna a finales del siglo xx y principios del xxi.

*La Ley Televisa y la consolidación
de la Cuarta República mediática*

La aprobación y aplicación temporal de la *Ley Televisa* por el Legislativo y el Ejecutivo en el último periodo histórico de construcción de la nación a principios del siglo XXI, tuvo un papel central en la edificación de la Cuarta República mediática, pues dicho instrumento jurídico fortaleció desproporcionadamente la expansión del poder comunicativo privado, que impactó sobre la cimentación, la estructura y la dinámica cotidiana de la esfera pública y del nuevo Estado moderno del país. Así, con el provisional fortalecimiento económico unilateral de los monopolios informativos comerciales, especialmente electrónicos, mediante la aceptación de la *Ley Televisa*, la misma clase gobernante impulsó al poder mediático de forma superlativa otorgándole más fuerza económica, política, cultural y espiritual de la que anteriormente ya había conquistado sobre la sociedad mexicana y sobre los poderes republicanos del Estado. Con ello, quedaron colocadas temporalmente las bases jurídicas para que el poder mediático evolucionara de su fase monopólica a su etapa megaoligopólica y consolidará, así, su situación como poderes fácticos salvajes, en la cual el Estado y la sociedad civil tradicional ya no los podían regular ni detener, sino únicamente someterse a su poder virtual incontrolablemente creciente y subordinador de los otros poderes públicos de la nación.

Mediante esta transformación, el poder mediático tendió a consolidarse como un *poder extraconstitucional fáctico* a escala salvaje, que alcanzó una gran eficacia para intervenir de forma determinante en la construcción cotidiana de lo *público* en México, e influir sustantivamente con su capacidad político-virtual sobre el destino de la nación. Así, progresó como una fuerza real independiente que quedó más facultada para enfrentarse al gobierno, al Estado y a la comunidad nacional, imponer su propio proyecto de desarrollo colectivo y obstaculizar o anular aquellos programas que no fueran funcionales para su expansión monopólica. A partir de ello, paradójicamente, el mismo sector político nacional permitió que el poder mediático evolucionara de ser industrias culturales con objetivos empresariales y capacidades socializadoras lícitas e importantes, para convertirse en

instituciones ideológico-políticas que, de *facto*, transformaron al Estado-nación edificado en los últimos doscientos años y evolucionaron para formar parte del *Estado real*. El poder mediático participó en la construcción y dirección del conjunto social, pero exclusivamente desde los intereses particulares del mercado monopolístico. Así, esta nueva presencia virtual, consolidada como supranegocio y fuerza política, alineó, presionó, desconoció o subordinó a los poderes públicos constitucionales de la Cuarta República nacional y se impuso como un novedoso poder, cada vez más autónomo, que conformó la moderna faceta del flamante Estado nacional mediático y reforzó la maduración de la nueva Cuarta República mediática desigual en la primera década del siglo XXI en México.

En síntesis, la *Ley Televisa* fue una propuesta normativa que tendió a generar, entre otras, las siguientes 13 consecuencias globales para la sociedad, las cuales facilitaron la maduración de la Cuarta República mediática en México:

- 1) El marco jurídico aceptado no reconoció explícitamente el servicio público como directriz básica para el proceso de la comunicación nacional, especialmente cuando se trataba de la operación de una frecuencia de radiodifusión y las obligaciones sociales que ello representaba para operar un bien público, escaso y limitado, que es propiedad de la nación (Velázquez, 2006:2-3).
- 2) La mayor limitación de la reforma de 2006 a la radiodifusión fue la ausencia de la sociedad en dicha propuesta jurídica. El ciudadano como tal, sujeto y actor fundamental de la democracia, razón esencial de la comunicación, no existió ni como sujeto esencial ni como usuario, ni siquiera apareció en la concepción misma del modelo mercantilista de la radiodifusión que lo redujo a ser un simple consumidor de contenidos. Además, la información se convirtió en otra más de las mercancías publicitadas en las pantallas y no como un *bien público* al cual tienen derecho de acceder todos los habitantes. El ciudadano estuvo fuera de toda imaginación legislativa y marginado de un catálogo básico de derechos de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones, de la radio y la televisión. De esta forma, la Minuta de la Ley Federal de Radio, Televisión y Teleco-

municaciones, aprobada por los legisladores, estuvo hecha a la medida de las necesidades materiales y políticas de las grandes televisoras comerciales pero no del televidente, y la gran marginada en todo momento fue la sociedad como elemento esencial de la democracia, como destinataria final de la comunicación, como eje fundamental del desarrollo tecnológico y objetivo de la convergencia digital.

- 3) Con el pretexto de modernizar las telecomunicaciones y propiciar la convergencia tecnológica, la reforma a la radiodifusión, introducida por la *Ley Televisa*, de ninguna manera incorporó los intereses y las garantías comunicativas elementales de los ciudadanos que los múltiples grupos sociales habían demandado y esperado durante varias décadas para que el Estado las reconociera; sino que privilegió únicamente las necesidades de expansión voraz de las grandes empresas informativas (Corral Jurado, 2006). Así, sólo respondió a las proyecciones de crecimiento de las dos empresas monopólicas más poderosas de la televisión privada en México, Televisa y Televisión Azteca, y marginó totalmente las necesidades comunicativas del resto de la sociedad. Asombrosamente, después de esperar la sociedad mexicana más de cuarenta y cinco años para alcanzar la reforma democrática de la radiodifusión, el proyecto que surgió no aportó el reconocimiento o la introducción de ningún nuevo derecho o avance ciudadano para los televidentes o para los núcleos sociales que se encuentran marginados del acceso a los medios y desprotegidos desde hace décadas frente a los abusos de las industrias electrónicas concentradas; fue todo lo contrario: se creó la mayor subordinación económica, política, cultural y espiritual posmoderna de la población a los grandes poderes despóticos de los oligopolios comerciales de la información colectiva.
- 4) Fue una ley concebida para la expansión exclusiva de los intereses económicos y políticos de los sistemas radiotelevisivos oligopólicos del país y no para el avance comunicativo integral de las diversas comunidades nacionales. En este sentido, fue una normatividad dominada por el espíritu del negocio (*business*), sobre el *business* y por la exclusión total del sentido social de la comunicación y de la participación comunitaria. Así, este marco normativo ubicó a la radiodifusión nacional

como un mero asunto de negocios al que se le colocó en igualdad de condiciones para realizar cualquier actividad lucrativa, como el correspondiente al otorgamiento de una concesión para construir carreteras y luego explotar su operación, o la concesión para llevar telefonía fija o celular a diversas coordenadas geográficas para después hacer negocios. Los promotores de esta propuesta jurídica consideraron que el empleo de los medios de comunicación era exactamente igual a un concurso para construir un tren suburbano en la ciudad de México, para después concesionar su explotación por determinado número de años y obtener fuertes ganancias. Luego entonces, bajo esta lógica mercantil, el otorgamiento de las concesiones de radio y televisión debían pasar por el mismo procedimiento de licitación y otorgarse al mejor postor, es decir, el que ofreciera más dinero tendría más derecho de adquirirla (Corral, 2006).

Dicha ley no restituyó el valor de la radio, la televisión y las telecomunicaciones como un servicio público fundamental para que la sociedad crezca equilibradamente en su conjunto, sino que las contempló exclusivamente como un mero negocio salvaje, sin límite, cuya única finalidad fue acumular dinero a costa de lo que fuera. Fue una reforma que respondió sólo a los intereses lucrativos y políticos particulares de los monopolios de la difusión masiva, y no al interés público de la sociedad. Se desconoció flagrantemente que, además de negocios, la radio, la televisión y las telecomunicaciones también son infraestructuras de comunicaciones colectivas que cumplen una utilidad social y, por consiguiente, deben estar normadas bajo la perspectiva del *servicio público* y no solamente por los criterios mercantiles de la ambición incontrolable del gran capital monopólico.

- 5) No reguló la concentración de la propiedad, sino que permitió la formación de supermonopolios de la información colectiva. Colocó las condiciones jurídicas para generar un proceso de concentración creciente de las concesiones radiofónicas por un mismo grupo históricamente privilegiado; con lo cual permitió, por una parte, que los medios de información electrónicos se comportaran irrefrenablemente como simples empresas económicas dominantes que marginaron el ejercicio del inte-

rés público y, por otra, que con estas características influyeran sustantivamente en la conformación del espacio público mediático y la creación de una nueva área electrónica colectiva de interacción social extremadamente mercantilizada, privatizada, monopolizada y no ciudadanizada, pluralizada y abierta. Todo esto impidió garantizar el interés social del proceso de la convergencia tecnológica.

- 6) Impidió la existencia de una sana competencia al negar la igualdad de condiciones para que todos los sectores pudieran participar con equilibrio en dicho proceso, ya que introdujo la inequidad en las reglas de competitividad para favorecer a las empresas de por sí ya privilegiadas por el sistema político y económico vigente. En este sentido, no incorporó normas básicas para la competencia económica y no reguló a los agentes dominantes del mercado comunicativo (CANIETI, 2005:18).
- 7) Tal como quedó concebida y operada jurídicamente en el proceso de la convergencia digital, la *Ley Televisa* "prácticamente les regaló el ancho de banda o las frecuencias liberadas a los grandes concesionarios de radio y televisión, especialmente, al duopolio televisivo, sin que éstos quedaran obligados a cubrir ningún pago al Estado como contraprestación por la ejecución de los nuevos servicios agregados de telecomunicaciones" ("Busca Acción Nacional fortalecer la Cofeco", 2006).
- 8) El nuevo marco legal les permitió utilizar de manera automática a los grandes monopolios de la información la porción del espectro radioeléctrico para ofrecer diversos servicios de telecomunicaciones, como televisión y radio digitales, y otros servicios agregados, sin pagar ninguna contraprestación al Estado ("PRD llama al Senado...", 2006).
- 9) Se permitió que sólo fueran los monopolios comerciales de la información los que aprovecharan los avances de la convergencia digital, y que el resto de la sociedad únicamente consumiera los productos que de aquí se derivaran. Esto fue equivalente a que sólo los monopolios fueran los beneficiados de la energía eléctrica, el petróleo, el agua, la atmósfera y las utilidades generadas de la tercera Revolución Industrial, como son el avión, el automóvil, la computadora, el refrigerador, etcétera, y que la sociedad sólo fuera espectadora y compradora pasiva de este gran progreso material.

- 10) Fue discriminatoria, pues permitió que únicamente los concesionarios comerciales transformaran sus frecuencias en redes públicas de telecomunicaciones, lo cual significó suprimir la alternativa de que la televisión y la radio de servicio público aprovecharan las posibilidades de la nueva tecnología digital y de la convergencia tecnológica para realizar proyectos de comunicación con propósitos educativos y culturales. La definición por ley de que los medios públicos estuvieran impedidos bajo demanda para la emisión de internet, de interactividad de la televisión o del video para propósitos formativos, dañaba directamente el trabajo fundamental para el equilibrio e igualdad que el Estado debe realizar en esas áreas con la población más desfavorecida de México vía los medios públicos de difusión (Velázquez, 2006:4).
- 11) Las reformas comunicativas aprobadas por los legisladores y el presidente de la República

[...] reforzaron el poder de las televisoras privadas al permitir que fueran estas empresas las que más provecho obtuvieran del proceso de digitalización de los servicios de radio y televisión, y sujetaran el otorgamiento de las concesiones a quien más recursos económicos ofreciera. Por otra parte, también cerraron el paso a la existencia de las radios comunitarias desde el momento en que no las reconocieron como tales, sino sólo aceptaron a los permisionados como medios oficiales. También eliminaron los requisitos de imparcialidad que deben tener los integrantes de la Cofetel, como órgano rector del sector ["Senado detiene discusión...", 2005].

- 12) Desde el punto de vista social, la *Ley Televisa* fue una propuesta salvaje guiada por una ambición sin límites que aportó los cimientos para generar, a mediano y largo plazo, una gran violencia social en México, pues relegó radicalmente la participación de la sociedad, los medios comunitarios y los medios públicos dentro de la nueva sociedad de la información que emergió en México, al evitar que ofrecieran servicios agregados de telecomunicaciones. Por ello, en la medida en que los sectores sociales desplazados no tengan acceso a los medios de difusión colectivos para poder expresar ante la opinión pública sus necesidades, intereses y demandas que buscan resol-

ver, optarán crecientemente por tomar, por la vía pacífica o los recursos violentos, otros espacios públicos como las calles, las avenidas, los puentes, las carreteras, las plazas, las instituciones, etcétera. Más que crear un nuevo orden civilizatorio para el funcionamiento armónico de nuestra sociedad, dicha normatividad creó un marco jurídico comunicativo que sólo benefició al sector dominante de las comunicaciones, y el resto de la sociedad quedó más desprotegido frente al avance irrefrenable de los apetitos monopólicos. Así, se introdujeron las condiciones jurídicas para la polarización, la división y la descomposición nacional, y no para la paz, la tolerancia y la pluralidad social que requieren el funcionamiento y la convivencia de las comunidades mexicanas a principios del siglo XXI ("Reformas a radio y televisión...", 2006; "La Ley Televisa...", 2006).

- 13) En síntesis, fue una iniciativa que condujo a un retroceso democrático del proceso general de la comunicación colectiva en México, pues el proyecto tenía como objetivo central dar todas las garantías jurídicas y políticas a las dos televisoras dominantes del país para que perpetuaran su dominio y se apropiaran del espectro radioeléctrico y de los recursos comunicativos derivados de éste, los cuales se liberarían después de concluir el proceso de digitalización, lo cual negaba paralelamente los derechos más elementales de participación de los ciudadanos ("Senado detiene discusión...", 2005).

Así, con la aprobación de la *Ley Televisa* en el Congreso de la Unión se pretendió introducir una reforma comunicativa que evitó el paso a la transición democrática comunicativa y se renovó maquilladamente el viejo modelo de comunicación decadente que existió por casi ocho décadas en el país, pero ahora disfrazado de "moderno", "competente" y "digitalizado". Con ello, quedaron temporalmente establecidas las condiciones políticas, jurídicas, económicas y culturales para continuar padeciendo para los próximos sexenios de gobierno más *cultura salvaje* con su respectivo triunfo de la *cultura idiota*; y no la creación de una cultura y una comunicación sustentables que permita sobrevivir armónicamente en el país en el siglo XXI.

De esta manera, "el poder mediático se convirtió, cada vez más, sino es que ya lo era, en un poder ilimitado e inhumano, pues has-

ta a su propia Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) la volvió a menospreciar y a marginar con tal de alcanzar sus objetivos de super concentración y dejó fuera a los radiodifusores y a los ciudadanos de sus negociaciones con los diputados" ("Senadores del PAN...", 2006).

Mediante la introducción de este proceso jurídico se conformó, a comienzos de 2000, una nueva jerarquía de poderes en la que el poder económico, político e ideológico del sistema mediático se colocó por encima de los poderes constitucionales del Estado mexicano. El poder Legislativo, o una gran parte de él, fue vulnerado por los intereses económicos y políticos de las empresas de medios de comunicación electrónicos más influyentes en la nación, que lo mismo compraron voluntades entre diputados y senadores, que ofrecieron espacios gratuitos a partidos políticos y candidatos presidenciales, con tal de que se aprobara su iniciativa en el Congreso. Los intereses particulares de los oligopolios de la información se convirtieron en ley general para toda la sociedad (Aleman, 2006).

En este sentido, al asumir el Congreso de la Unión o la "casa del pueblo" y el Poder Ejecutivo la reforma comunicativa como proyecto oficial de desarrollo económico, político, tecnológico, democrático, cultural y espiritual de la sociedad mexicana para las próximas décadas, éstos aceptaron que su propio poder soberano fuera quebrantado, debilitado y degenerado por el gran *poder mediático*. Por medio de esta presión se consintió que se diera una sustantiva transformación histórica del Estado, pues la ubicación y fuerza de los verdaderos poderes republicanos se desplazaron, en cuanto poderes públicos constitucionales, a las coordenadas de los modernos poderes fácticos de los concesionarios televisivos privados y a su dinámica de acumulación de capital, guiada por la "mano invisible" del mercado comunicativo.

De esta forma, asombrosamente, el Estado mexicano, con la anuencia del Legislativo y del Ejecutivo, se autopRACTICÓ en el terreno político, cultural, comunicativo y espiritual la tesis suicida del *Estado cero*, la cual formula que éste no debe intervenir en la creación de políticas públicas que regulen los procesos de información colectivos, sino que debe dejar su funcionamiento a la dinámica espontánea de las voraces fuerzas del mercado desregulado de los enormes monopolios de la difusión que entran en

competencia entre sí para ganar más auditorios. Es decir, con ello se crearon bases jurídicas para que, en materia de comunicación, existiera más mercado anárquico con su respectiva comunicación y *cultura salvaje*, y no más presencia del Estado regulador para impulsar la pluralidad cultural y la democracia comunicativa de nuestra nación.

Esta realidad reflejó la enorme debilidad del Estado mexicano contemporáneo en materia de comunicación en los albores del nuevo milenio, y constató que el verdadero Estado moderno en México ya no está constituido exclusivamente por los tradicionales tres poderes públicos federales y republicanos que conforman la Cuarta República nacional, sino que ahora está conformado por el nuevo *Estado mediático*, creado e impuesto por los grandes monopolios de la comunicación en el país.

Con este comportamiento desleal de la mayoría de los legisladores y del entonces presidente de la República, Vicente Fox Quesada, los representantes del pueblo traicionaron su juramento constitucional de servir y hacer servir la Constitución y, asombrosamente, se entregaron abiertamente a la defensa de los intereses de los poderes fácticos de los oligopolios informativos, creyendo que después como compensación, ese enorme poder mediático comercial los premiaría, protegería e impulsaría en sus carreras y futuros políticos. Así, paradójicamente, en marzo de 2006, fecha en la que se celebró el bicentenario del natalicio de don Benito Juárez, fundador de la República, de las bases de la nación mexicana soberana y del moderno Estado federal, los senadores y el presidente aceptaron oficialmente el proyecto comunicativo más antijuarista y anticonstitucional que se hubiera elaborado en toda la historia nacional.

Sin embargo, en 2007 la Suprema Corte de Justicia de la Nación evitó someterse a las presiones políticas que ejercieron los poderes fácticos comunicativos, particularmente electrónicos, para que esta normatividad no fuera anulada por los magistrados ("Explicarán alegatos...", 2006). La Suprema Corte aceptó la demanda de Acción de Inconstitucionalidad exigida por el grupo de legisladores de oposición y un grupo de respaldo social, y suspendió la legitimidad de la *Ley Televisa* como marco oficial para regular los procesos de comunicación colectivos y las telecomunicaciones en México. Así, contrariamente a la actitud clau-

dicante que tuvieron el Legislativo y el Ejecutivo al someterse a los chantajes e inhibiciones del gran poder mediático, especialmente de las televisoras comerciales privadas, renunciar a su autonomía de poderes republicanos y apoyar contundentemente la aceptación oficial de la *Ley Televisa*; la Suprema Corte actuó con coraje y vocación de poder republicano independiente, y decidió imponer los principios constitucionales básicos sobre los apetitos monopólicos de los poderes mediáticos en el terreno comunicativo.²²

No obstante, este problema sigue siendo un hecho central de la historia presente de la nación, ya que el espíritu de la *Ley Televisa* no ha muerto, pues el mismo proyecto de expansión comunicativa, privada, comercial, oligopólica, sin límites continúa existiendo vigorosa y latentemente en el país, esperando nuevas condiciones sociopolíticas para alcanzar las metas que le fueron canceladas en el pasado por la intervención constitucional del poder Judicial de la Federación.

Así, se constata que en la actualidad, después de la anulación de la *Ley Televisa* por la Suprema Corte, los monopolios de la comunicación colectiva siguen luchando silenciosamente en México por operar, por medio de cualquier vía, la comunicación electrónica como un negocio mercantilista sin frenos y no como un servicio público de interés social. Manejar exclusivamente la difusión colectiva con la lógica del mercado hasta llegar a niveles salvajes. Concentrar la estructura de la difusión masiva y de las nuevas redes de telefonía y televisión a escala oligopólica. Privatizar crecientemente el espectro radioeléctrico y desconocer su naturaleza como patrimonio de la nación. Evitar la competencia abierta con diversos actores en el sector de las telecomunicaciones. Negar las condiciones de igualdad para la acción de todos los actores comunicativos. Aprovechar unilateralmente los beneficios de la convergencia tecnológica y de la sociedad de la información. Obstaculizar el surgimiento de nuevas cadenas audiovisuales y telefónicas que abran otras alternativas empresariales. Presionar, vulnerar, subordinar o hasta sustituir al Estado-nación y a los poderes constitucionales de la República, por parte de los inte-

²² Para ampliar este aspecto, consúltese Esteinou (2007:40-43; 2008:59-85; 2009:164-188).

reses expansivos de los poderes fácticos mediáticos. Debilitar la soberanía del Estado con el gobierno del espectro radioeléctrico. Impedir la aprobación de nuevos marcos jurídicos democráticos que transformen el sistema de comunicación social. Anular o suprimir funcionarios públicos que le son incómodos para avanzar en el fortalecimiento de sus fines oligopólicos. Realizar campañas mediáticas para desprestigiar a los sectores que les son críticos. Rechazar o disminuir el reconocimiento de los derechos comunicativos básicos de las comunidades locales. Oponerse a difundir los spots de la propaganda electoral de los partidos políticos. Negar o erosionar el modelo de medios de comunicación de servicio público. Evitar abrir las pantallas a la participación creciente de las comunidades. Borrar de sus pantallas la presencia de personajes que intentan modificar el desigual marco jurídico de la radiodifusión nacional. Manipular la información hasta llegar al morbo, la difamación y los *videoescándalos* para dirigir a la opinión pública. Saturar la programación con publicidad excesiva, evadiendo el sano equilibrio entre difusión y comercialización. Difundir la cultura parasitaria altamente rentable y no la cultura sustentable para la sobrevivencia social, etcétera. En pocas palabras, mantener la reproducción del viejo orden desigual de la comunicación colectiva a escala, ampliada durante el siglo XXI en México (Esteinou y Alva, 2009:12-24).

En este sentido, a principios del tercer milenio se puede decir que la sociedad mexicana inició este nuevo periodo de su historia nacional con una presidencia y un Congreso de la República rendidos ante la voluntad de los poderes fácticos de los monopolios informativos, especialmente del duopolio televisivo conformado por Televisa y Televisión Azteca; y no con un poder Ejecutivo y un poder Legislativo éticos, fuertes e independientes que le dieran dirección autónoma a la comunidad mexicana para contrarrestar las ambiciones desproporcionadas de apropiación comunicativa del poder mediático y resolver las fuertes contradicciones del crecimiento comunicativo que debe solucionar para existir. Esta realidad jurídica operó como un incentivo político superlativo para fortalecer el Estado mestizo y la formación de la Cuarta República mediática.

LA HERENCIA DE LA CUARTA REPÚBLICA MEDIÁTICA
SOBRE LA RECOMPOSICIÓN DEL ESTADO-NACIÓN

Con la maduración histórica del fenómeno de la Cuarta República mediática en México, el proceso de gobernabilidad nacional evolucionó sustantivamente de un territorio antiguo de acción burocrática a otro territorio nuevo de intervención mediática. La política ya no sólo se realizó en los espacios tradicionales desde donde se ejecutaba la política convencional, como eran los partidos políticos, los grupos de presión, la sociedad civil, el gobierno, las organizaciones empresariales, etcétera; la política se trasladó a los nuevos espacios modernos de la gobernanza mediática. Esto permitió que la nueva política y la dirección nacional se realizara con mucha velocidad y fuerza, predominantemente desde el espacio moderno de los medios de difusión colectivos, aunque este fenómeno aún no fuera reconocido por la teoría política con toda amplitud.

Por ello, la instalación cotidiana de la República mediática en la estructura económica, política y psíquica en México fue tan determinante que poco a poco creó culturalmente un país opuesto al de los anteriores espíritus constitucionales de la historia nacional e incorporó una mentalidad masiva privado-comercial y unidimensional de la vida funcional para el proyecto de superacumulación económica a escala nacional y trasnacional.

Así, la presencia de la Cuarta República mediática llegó a ser tan sustantiva sobre la estructura de la República nacional posrevolucionaria que, a partir de su consolidación institucional, ya no se construyó más Nación en la sociedad mexicana, sino sólo un modelo de sociedad de mercado desregulado sin control. Ya no se respaldaron las funciones de los poderes autónomos y soberanos del Estado-nación, sino se compitió con ellos hasta desdibujarlos, descalificarlos, desnaturalizarlos, subordinarlos o acorralarlos políticamente, para hacerlos funcionales a las necesidades de expansión del mercado. Ya no se edificó más espacio público ciudadano, sino privatización del espectro electrónico colectivo para beneficio de los monopolios de la información. Ya no se organizó una emocionalidad que impulsara los sentimientos de la "patria", sino nuevos afectos coyunturales para que operara la dinámica de circulación de las mercancías. Ya no se generó la unidad de la nación alrededor de un proyecto de identidad colectiva, sino

diversas culturas de masas para acelerar el consumo a escala industrial. Ya no se fomentó la competencia comunicativa, sino la concentración informativa. Ya no se propició la pluralidad social, sino la estandarización de los adquirentes. Ya no se crearon ciudadanos críticos, sino activos consumidores compulsivos. Ya no se propició más la participación activa de la sociedad civil, sino que se incitó a la presencia unilateral del gran capital que respaldó la *economía de los compadres*. Ya no se formaron mayores condiciones para ejercer la justicia comunicativa que permitiera la defensa de las comunidades, sino el establecimiento del autoritarismo, la manipulación y la discrecionalidad informativa. Ya no se incorporaron condiciones para el ejercicio de la libertad informativa y de los derechos comunicativos básicos de las comunidades, sino el fortalecimiento del condicionamiento empresarial para el control de la opinión pública. Ya no se fijaron mejores condiciones para la construcción de la conciencia colectiva para la sobrevivencia comunitaria, sino el impulso de la cultura parasitaria y el libertinaje publicitario para la acumulación desatada de capital. En una idea, ya no se crearon cimientos para madurar la nación soberana, sino condiciones políticas e ideológicas para la disputa por la nación.

En síntesis, ya no se propició el fortalecimiento del Estado mexicano desde la concepción fundacional del Estado-nación con la ideología de los *Sentimientos de la Nación*, sino la subordinación de éste a las necesidades del mercado salvaje, que lo desnaturalizaron y debilitaron en su misión rectora del proceso comunicativo de las comunidades: lo convirtieron en una simple agencia burocrática administradora y protectora de los intereses comunicativos de los enormes monopolios mediáticos que se disputan la riqueza del país.

De esta manera, en el marco histórico de la Tercera República nacional –fundada con el triunfo de la Revolución mexicana–, sin haber llegado a su etapa de maduración histórica pues, a principios de 2000, ésta apenas se encontraba en la fase de construcción del federalismo y del respaldo real de la división efectiva de cada uno de los convencionales tres poderes constitucionales, la Cuarta República mediática surgió en el último tercio del siglo xx y a principios del siglo xxi. Ésta se caracterizó por organizar y dirigir ideológicamente al conjunto social desde las industrias electróni-

cas comerciales privadas y no desde los otros poderes públicos. Es decir, emergió como un nuevo macropoder ideológico, político, económico, independiente, que interviene significativa y crecientemente en la dinámica por la lucha de la estructuración, la conducción, el reparto y la explotación de la nación.

A partir de esa fase histórica, los medios de información colectivos –como *poderes fácticos salvajes*– se transformaron en una enorme fuerza conformadora de lo público que generó una nueva etapa en el conflictivo proceso de construcción del Estado mexicano: se dio un retroceso histórico y emergió un nuevo tipo de Estado híbrido que es necesario reconceptualizar para entender en qué punto de la evolución de la construcción del poder nacional se encuentra la sociedad mexicana.

Durante el siglo xx, el Estado mexicano populista y autoritario cuidó celosamente que las redes de su poder tradicional no se debilitaran –mediante la corporativización de las centrales obreras, la seducción de los intelectuales disidentes, el control de los brotes de insurrección campesina, la manipulación de las movilizaciones populares, la canalización de las protestas estudiantiles, la cooptación de los descontentos burocráticos, incluso la represión de los movimientos populares, etcétera–; sin embargo, no pudo ver que el verdadero poder –que se construía y consolidaba abiertamente frente a sus narices– ya no residía en las viejas dinámicas de los movimientos sociales de oposición, sino que se gestaba alrededor del avance de la revolución tecnológica desregulada que introdujo la presencia del modelo comercial privado de la radio y la televisión en el país. Así, paralelamente al tejido de poder corporativo que el PRI construyó durante más de setenta años para gobernar a la sociedad mexicana, se cimentaron y desarrollaron las bases del primer gran poder ideológico en la historia del México moderno, que escribió la otra historia mental y política de nuestra sociedad: *el poder mediático*.

Por medio de estas transformaciones en la etapa de la modernidad nacional, el poder mediático ya no está subordinado al gobierno, sino que ahora, es cada vez más un poder crecientemente autocrático que creó un micro-Estado mediático dentro de la estructura del Estado-nación que ha llegado a subordinar al poder político republicano tradicional. Así, si de la década de

1950 a la de 1980, los medios de información colectivos estuvieron sometidos al gobierno en turno, al grado de que la radio y la televisión fueron los "soldados del presidente"; de 1980 a la fecha, los medios paulatinamente se convirtieron en poderes fácticos salvajes que presionaron severamente al Estado mexicano al grado de que el presidente, sus funcionarios y los poderes públicos republicanos ahora son los soldados de los poderes mediáticos. Metafóricamente, podemos decir que durante el siglo xx la televisión empezó siendo un departamento de Los Pinos (la casa presidencial donde reside el poder Ejecutivo), pero al iniciar el tercer milenio, Los Pinos se convirtió en un departamento de las empresas de televisión en México. Un ejemplo de esta realidad lo encontramos en el proceso de las elecciones federales de 2006, cuando los partidos políticos, los legisladores y el presidente argumentaron que para ganar las elecciones no debían enfrentarse a los intereses de Televisa y Televisión Azteca, sino aliarse con ellos al precio que fuera, y otorgarles lo que desearan (*Ley Televisa*) con tal de que la cobertura y penetración de estas empresas mediáticas apoyaran la difusión de su propaganda electoral a favor de sus candidatos en contienda. Su subordinación estatal fue así: "¡Sin el apoyo de Televisa y TV Azteca no podemos ganar las elecciones!"

Con la emergencia de la Cuarta República mediática, el Estado mexicano, se transformó y degeneró sustancialmente para adquirir de manera paulatina los rasgos de un *Estado mediático* que opera cotidianamente en la fase de la modernidad nacional. Dicho *Estado mediático* se distingue por gobernar más desde los recursos de los poderes simbólicos de la virtualidad comunicativa, los cuales reconstruyen el conocimiento masivo de la realidad, que por medio del logro de hechos concretos para resolver las contrariedades del crecimiento colectivo. Así, el ejercicio ideológico político del poder cotidiano quedó crecientemente mediado por la acción concreta del *Estado mediático*, y ya no fundamentalmente desde el Estado político que se preocupa por solucionar los problemas reales de lo público y los resuelve con la práctica de la verdadera política que busca soluciones de fondo para los conflictos concretos.

Por todo lo anterior, a principios del siglo xxi, el poder de los medios de difusión colectivos y de los procesos de comunica-

ción postmediática dejó de ser una simple variable de presión aislada sobre el Estado mexicano y de reconducción mental y anímica de las comunidades nacionales, para convertirse ahora en un poder fáctico que forma parte de la columna vertebral de las nuevas estructuras constitutivas de poder para estructurar ideológica y políticamente de forma cotidiana al Estado, a la República y a la sociedad mexicana, especialmente en las grandes urbes. Así, entramos en una nueva fase histórica nacional que nos llevó a vivir cotidianamente bajo el imperio del nuevo poder informal de los medios de difusión colectivos, cuya *fuerza fáctica* compite permanentemente con el desempeño y las funciones de los otros tres poderes constitucionales del Estado mexicano, hasta llegar, en ocasiones, al grado de minimizarlos, subordinarlos o disputar con ellos su centralidad, sus funciones y su rectoría para imponer a la colectividad el proyecto de desarrollo social y de vida que fijan las exigencias del mercado desregulado de los monopolios comerciales privados de la información y sus negocios anexos.

LA MUTACIÓN DEL ESTADO TRADICIONAL CON LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Después de consolidarse la Cuarta República mediática en México, el proceso de transformación histórica que experimentó el Estado mexicano no concluyó ahí, sino que sobre esta base moderna paulatinamente se está gestando otra gran transmutación silenciosa del Estado por medio de la incorporación de la *sociedad de la información* y de las nuevas tecnologías de información al escenario nacional. En este sentido, de igual forma como sucedió con el proceso de desenvolvimiento histórico de las tecnologías difusoras de información de la primera, segunda y tercera generación en el siglo XX, ahora, en el siglo XXI, detrás de la explosión del fenómeno de la sociedad de la información, la revolución tecnológica, la expansión de internet, la convergencia digital, el ejercicio del *triple play*, la digitalización, el crecimiento de la banda ancha, las “redes sociales”, etcétera, se originó nuevamente en el país otra revolucionaria fase de recomposición de la estructura del Estado-nación tradicional y de la Cuarta República mediática, sin saber cómo será este moderno fenómeno.

Por ello, contrariamente a toda la propaganda que difunden los monopolios contemporáneos de transmisión de información y el propio Estado mexicano acerca de que el cambio tecnológico modificará el anterior modelo de comunicación, es difícil pensar que esto va a suceder. Esto debido a que, en un alto porcentaje, la nueva revolución tecnológica de la sociedad de la información está emergiendo, en un alto grado, calcada sobre el mismo mapa y prototipo convencional del poder vertical, discrecional, hermético, unilateral, autoritario, etcétera, que poseía el viejo sistema de transmisión analógico y, por lo tanto, los nuevos patrones que están surgiendo con la sociedad de la información conllevan implícitamente la misma estructura de control dominante, pero modernizado, maquillado y tecnologizado con la acción de las nuevas tecnologías de comunicación.

En este sentido, se debe considerar que, así como una de las vertientes centrales del poder y del Estado se arma cotidianamente mediante la formación de los partidos, la organización de los movimientos de masas o el respaldo a los poderes constitucionales ya reconocidos oficialmente; de igual forma, el *Estado moderno real* también se constituye mediante la evolución del nuevo sistema nervioso que se forma por la expansión del tejido tecnológico de los medios de difusión masiva. De aquí que una de las consecuencias profundas de la revolución de la sociedad de la información no sólo es la modernización y el ofrecimiento de nuevos servicios de interacción social; sino la creación de un nuevo andamiaje tecnológico-cultural que transforma radicalmente la estructura y la naturaleza del Estado-nación y otras formas de poder establecido que operan en cada fase del funcionamiento de la sociedad.

Sin embargo, pese a la acción cotidiana de este vigoroso fenómeno mediático moderno con todas sus variantes, paradójicamente, como sociedad "avanzada", todavía no es posible entender, explicar, describir, nombrar y ubicar con claridad histórica dicho fenómeno para saber con precisión en qué punto de la recomposición del poder público nacional se encuentra el país en los albores del tercer milenio, y reflexiono qué debemos hacer políticamente para recobrar los hilos de la nacionalidad, de la democracia, de la gobernabilidad, de la justicia y de la paz social cada vez más diluida en el país. Por consiguiente, queda pen-

diente construir el proyecto de rescate o respaldo comunicativo del Estado-nación desde el otro modelo de comunicación social construido por los medios de difusión de Estado como servicio público, los nuevos fenómenos de interacción comunicativa que ha introducido internet y los modelos de comunicación alternativa de la sociedad civil que podrán dar otra interrelación participativa entre emisor y receptor, que es un elemento estratégico para erigir una nueva sociedad: la de comunicación activa, y no la simple sociedad consumidora de la información masiva.

De ahí la importancia central de examinar en el marco de la celebración del Bicentenario en México cuál es el novísimo patrón estatal que, posterior a la consolidación de la Cuarta República mediática, silenciosamente está emergiendo alrededor del tejido moderno y la dinámica tecnológica que introdujo el fenómeno de la sociedad de la información en México. Estudiar dicha realidad proporcionará importantes bases conceptuales para comprender las más recientes transformaciones históricas posmodernas que está experimentando la conformación del Estado mexicano.

NECESIDAD DE CONSTRUIR UNA NUEVA TEORÍA DEL ESTADO MEXICANO EN EL SIGLO XXI

No obstante la existencia contundente de la Cuarta República mediática en México, han prevalecido diversas resistencias mentales que desconocen la transformación del Estado-nación en el país bajo dicha perspectiva mediática. Sin embargo, aunque no sea reconocido este fenómeno histórico por los diversos sectores del poder tradicional o incluso por los sectores de "pensamiento avanzado", la consolidación creciente e imparable de este moderno *poder mediático* cuestiona o replantea la vieja concepción de estructuración tripartita del Estado mexicano del siglo xx compuesta por el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial. Por ello, la evolución de la rotunda realidad mediática contemporánea nos obliga a replantear necesariamente el entendimiento, la conformación, la definición jurídica, la centralidad, la fuerza, la legitimidad, la autoridad, las acciones, la eficacia, las prácticas, los límites, las transformaciones, las crisis, etcétera, del Estado con-

temporáneo, en pocas palabras, su esencia histórica en el nuevo milenio.

Así, ahora es necesario elaborar una nueva teoría del Estado moderno mexicano partiendo del reconocimiento de la gran nueva fuerza mediática que lo atraviesa, lo recompone y lo redefine. Es decir, se debe reconocer que una parte de la naturaleza del Estado mexicano en la etapa avanzada de la modernidad comunicativa ya no sólo es una simple estructura jurídico-política formal que se elaboró con las diversas constituciones nacionales derivadas de los procesos políticos emancipadores de los últimos doscientos años, sino que ahora es una nueva estructura híbrida mediática institucional que se ha transformado por la presencia de las tecnologías de comunicación y sus formas político-administrativas de organizarse, y ha generado al *Estado mestizo* en México (cuadro 10).

De aquí la gran importancia que significa actualmente revalorar y rescatar las contribuciones que pueden aportar, al análisis social y a la teoría del Estado, los estudios de la comunicación colectiva, especialmente en el país pues, a partir de las reflexiones fragmentadas que se han desarrollado a lo largo de muchas décadas sobre los diversos ángulos de esta realidad, al sistematizarlas y reinterpretarlas desde una nueva perspectiva conceptual totalizadora de la economía política, nos permiten reflexionar y enriquecer la teoría del poder y del Estado en México. Aunque en términos generales, esta avanzada teoría sobre la nueva rectoría del conjunto social no está todavía elaborada por ningún sector intelectual, el progreso de estos análisis especializados acerca de la comunicación social y sus nuevos fenómenos interactivos derivados nos permite entender que la esfera del poder contemporáneo tradicional se ha transformado automática y paralelamente al ritmo de la introducción y evolución de cada una de las diversas tecnologías de información colectivas que se han incorporado, la cual da origen a nuevos casos de ampliación de la sociedad y del poder que modificaron las estructuras anteriores de éste, especialmente del Estado-nación.

Cuadro 10
Diferencias de actuación entre los poderes públicos
constitucionales que reconfiguran la Cuarta República
mediática en el siglo XXI en México

<i>Niveles de estructuración y de acción de los poderes públicos que conforman el Estado mexicano</i>	<i>Características de los poderes constitucionales que estructuran al tradicional Estado-nación mexicano (Ejecutivo, Legislativo y Judicial)</i>	<i>Características del poder mediático que reconfigura al Estado-nación y da origen a la Cuarta República mediática (radio y televisión)</i>
Naturaleza jurídica	Poderes públicos que actúan representando legítimamente los intereses colectivos de la población y del bien común, pues fueron elegidos por la población.	Poderes privados que actúan representando sus intereses particulares o personales, aunque figuran como representantes de las necesidades colectivas y de la "opinión pública".
Grado de centralidad estructural en la sociedad	Poderes que, política, jurídica y formalmente, son centrales dentro de la conformación del esqueleto del Estado-nación.	Es un poder que formalmente no es central pero, por su propia fuerza, en la realidad se ha convertido en el centro del poder político-ideológico contemporáneo, y que ahora subordina y acorrala a los otros poderes oficiales tradicionales del Estado mexicano con la hegemonía ideológico-cultural que produce.
Origen de su fuerza	Su poder emana de la representatividad soberana y formal que le da el pacto nacional expresado en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en los grandes acuerdos hegemónicos de coyuntura.	Su fuerza emerge de la capacidad de impactar en la formación del conocimiento colectivo mediante la difusión de su proyecto de contenidos simbólico-informativos que transmiten y de su específica reconstrucción cultural cotidiana de la realidad. Esto se logra por medio de su capacidad de penetración tecnológica e ideológica en la vida diaria de la sociedad.

Niveles de estructuración y de acción de los poderes públicos que conforman el Estado mexicano	Características de los poderes constitucionales que estructuran al tradicional Estado-nación mexicano (ejecutivo, legislativo y judicial)	Características del poder mediático que reconfigura al Estado-nación y da origen a la Cuarta República Mediática (radio y televisión)
	Son poderes que, en última instancia, tienen como respaldo de su autoridad la aplicación de la fuerza coercitiva o represiva del Estado.	Son poderes que, finalmente, tienen como soporte de su fuerza la reconstrucción virtual de la realidad, la manipulación ideológica y la presión psíquica sobre personas, grupos e instituciones.
¿Qué lógica de acción los mueve?	Los mueve la lógica de la gobernabilidad, del <i>servicio público</i> y de la construcción de la República con división de poderes.	Lo mueve la lógica de la ganancia pecuniaria y de la conservación de sus diversas posiciones de poder.
Procesos históricos que les dan vida	Las primeras tres repúblicas nacionales surgieron por las necesidades históricas consensuadas de la mayoría nacional para dar forma equilibrada al proceso de gobernabilidad en México, y de la maduración de diversos procesos sociopolíticos que buscaron la creación de contrapesos de los poderes públicos para gobernar armónicamente en el país.	La Cuarta República mediática emergió por los siguientes cuatro factores: la introducción de la revolución tecnológica en el campo comunicacional del país, la concentración de grandes cuotas de poder de las <i>industrias culturales</i> a nivel comunicativo, la existencia de un marco jurídico <i>ad hoc</i> que lo permitió, y por la necesidad unilateral del aumento de los requerimientos del mercado a escala ampliada en la esfera ideológica.
Etapas históricas fundacionales	Los poderes tradicionales del Estado-nación han pasado por tres etapas fundacionales: la Primera República surgió en 1813 cuando José María Morelos y Pavón dictó <i>los Sentimientos de la Nación</i> en el Congreso de Chilpancingo, Guerrero.	La cimentación de la <i>Cuarta República mediática</i> en nuestro país no cuenta con una fecha precisa de consolidación ni con actos públicos visibles para su inauguración; se constituyó gradual y silenciosamente dentro del tejido de hábitos y redes culturales de nuestra vida cotidiana a lo largo de la segunda mitad del siglo xx.

Cuadro 10 (continúa)

Niveles de estructuración y de acción de los poderes públicos que conforman el Estado mexicano	Características de los poderes constitucionales que estructuran al tradicional Estado-nación mexicano (Ejecutivo, Legislativo y Judicial)	Características del poder mediático que reconfigura al Estado-nación y da origen a la Cuarta República mediática (radio y televisión)
Etapas históricas fundacionales	La Segunda República surgió en 1821, cuando Agustín de Iturbide proclamó el <i>Acta de Independencia</i> de México frente al imperio español, que posteriormente cristalizó en la <i>Constitución de las siete Leyes</i> que sirvieron de base para que en 1857 se jurara la Constitución Federal que permitió el triunfo definitivo del sistema federal y congresional. La Tercera República emergió después de concluir la Revolución mexicana, cuando se creó la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en 1917.	De forma más exacta se puede decir que su cristalización jurídica se logró parcialmente con la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960, su respectivo Reglamento de 1973 y su posterior actualización, el 10 de octubre de 2002, con la expedición del Acuerdo Presidencial sobre el Manejo de 12.5% de los Tiempos de Estado y el Nuevo Reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión. Mediante ellos, se estableció el actual pacto comunicativo unilateral, autoritario, concentrador, vertical, monopólico y discrecional existente entre el Estado, los concesionarios y la sociedad.
Diferencias de su legitimación	Son elegidos democráticamente por la población mediante el voto directo en las urnas, excepto el poder Judicial de la federación que es designado por el Ejecutivo y confirmado por el Legislativo.	No es elegido democráticamente por la población, sino que alcanza su capacidad de gobernabilidad por medio de la concentración económica, el desarrollo tecnológico y la acumulación política de poder.
Ideologías que los legitiman	Se legitiman con la ideología de la democracia y la ideología republicana del Estado moderno basado en la división de los tres poderes públicos, autónomos e independientes.	Se justifica con la ideología de la "libertad empresarial", la "libertad de expresión", el "derecho a la información" y los procesos de "autorregulación comunicativa".

Niveles de estructuración y de acción de los poderes públicos que conforman el Estado mexicano	Características de los poderes constitucionales que estructuran al tradicional Estado-nación mexicano (Ejecutivo, Legislativo y Judicial)	Características del poder mediático que reconfigura al Estado-nación y da origen a la Cuarta República mediática (radio y televisión)
¿Quién los nombra?	Todos son poderes públicos elegidos por la participación colectiva por medio de procesos públicos de elección diferenciados. El Ejecutivo se selecciona cada seis años por votaciones libres de la comunidad nacional. El Legislativo se aprueba cada tres años por votación secreta de toda la población. Y el poder Judicial se propone para que lo seleccione el Senado de la República en sesión abierta, cuando se deben nombrar o cada vez que concluye el periodo para el que fueron electos sus miembros ya escogidos.	Son instancias de poder que no son elegidos por la mayoría social, sino que se imponen de las siguientes formas: a los empresarios los impone su capacidad privada de recursos económicos y de gestión empresarial, a las cámaras de industria de radio y televisión las designan los propios empresarios de la radiodifusión, a los conductores informativos y líderes de opinión los designan las autoridades privadas de los medios.
Capacidad de representatividad	Representan legítimamente a la población, al grado de convertirse genuinamente en tres poderes diferenciados del Estado constitucional histórico.	Representa los intereses del capital, especialmente de las grandes corporaciones y de los grupos políticos aliados con quienes se vinculan para operar.
	La población delega su representación soberana en los poderes públicos elegidos democráticamente que se convierten en el Estado-nación.	El auditorio traslada la representación de su individualidad a los medios electrónicos para ser encarnados por su poder de penetración, velocidad, cobertura, "éxito" y actualidad.
Cobertura de acción	Son poderes que únicamente se mueven a nivel nacional, federal y municipal, según son sus facultades constitucionales de acción.	Es un poder que se moviliza a nivel local, regional, nacional, transnacional y planetario, según son sus necesidades económicas y políticas de conservación y reproducción. Su cobertura de penetración es total en las ciudades, especialmente de la radio y la televisión, y disminuye ligeramente en el campo.

Cuadro 10 (continúa)

Niveles de estructuración y de acción de los poderes públicos que conforman el Estado mexicano	Características de los poderes constitucionales que estructuran al tradicional Estado-nación mexicano (Ejecutivo, Legislativo y Judicial)	Características del poder mediático que reconfigura al Estado-nación y da origen a la Cuarta República mediática (radio y televisión)
Cobertura de acción	Actúan de manera soberana, autónoma y complementaria frente a los otros Poderes de la Unión.	Se comportan de forma monopólica, son autocráticos, hasta llegar a la <i>telecracia</i> como forma de gobierno empresarial privado.
	Son poderes que cotidianamente no están cerca de la población, sino que aparecen para los ciudadanos cuando se tiene que recurrir a los servicios especializados o cuando se violan las normas de cada uno de éstos.	Es un poder que cada más vez está cerca de la población por las capacidades cotidianas de tele, <i>teleseducación</i> y <i>telereencantamiento</i> mágico de los sentidos de los auditorios.
Forma de intervención institucional	Operan mediante la creación de normas, leyes, procesos políticos, administrativos y coercitivos para respetarlos.	Su acción se basa en el manejo constante de datos, símbolos, informaciones e imaginarios que impactan sobre la formación de la conciencia colectiva y en la opinión pública mediante la ejecución de la <i>agenda mediática de contenidos</i> . Su poder es fundamentalmente virtual y de ahí se deriva su fuerza económica, política, cultural y espiritual sobre la población.
	Se vinculan y complementan entre sí con los poderes nacionales federales, estatales y municipales.	Se interrelacionan con los poderes nacionales y trasnacionales, y vinculan simbólicamente a la sociedad con estas dimensiones del poder.
Periodos de vida	Son poderes políticos que se renuevan regularmente, según los acuerdos históricos de cada poder particular, pasando por el sufragio efectivo y la no reelección. El Ejecutivo y el Legislativo se renuevan cada seis años; el Judicial, cuando termina el cargo para el que fue elegido cada ministro o autoridad de justicia respectiva.	Aunque en términos legales se renueva al final de la concesión, en realidad, es un poder político empresarial que no se renueva periódicamente, sino que existe mientras el proyecto económico y político es redituable y tiene fuerza de imposición social.

Niveles de estructuración y de acción de los poderes públicos que conforman el Estado mexicano	Características de los poderes constitucionales que estructuran al tradicional Estado-nación mexicano (Ejecutivo, Legislativo y Judicial)	Características del poder mediático que reconfigura al Estado-nación y da origen a la Cuarta República mediática (radio y televisión)
Periodos de vida	Por consiguiente, ninguno de estos poderes puede ser hereditario, sino renovable por el sufragio efectivo.	En este sentido, al ser concebidos como negocios privados, pueden llegar a ser hereditarios transgeneracionalmente de manera ilimitada, como es el caso de Televisa, que ha pasado legalmente durante tres generaciones seguidas a la misma familia Azcárraga. De igual manera, sucede con otros grupos radiodifusores.
Políticas globales que introducen	<p>Producen políticas públicas de participación ciudadana y crecimiento social.</p> <p>Fortalecen a la nación y sus programas de gobierno.</p>	<p>Generan las políticas privadas de negocios, acumulación, consumo y reproducción del poder monopólico informativo</p> <p>Se disputan la nación, especialmente sus recursos comunicativos y culturales, desde la mentalidad del negocio en la que lo importante es explotar, en el corto plazo, todos sus bienes a costa de lo que sea con tal de obtener jugosas ganancias.</p>
Consecuencias que generan	<p>Construyen la realidad política de la República mexicana basada en el proyecto de evolución histórica de los últimos doscientos años.</p> <p>Le dan su lugar institucional al Estado y a sus poderes públicos creando condiciones de estabilidad, gobernabilidad y certeza hegemónica.</p>	<p>Crean la figura de la <i>Cuarta República mediática</i>, que se caracteriza por ser la realidad de un nuevo poder de comunicación electrónico privado que se incorpora a la estructura del poder público para oponerse a los tres poderes formales de la nación e imponer su proyecto de mercado y de megaacumulación particular.</p> <p>Reconfiguran y en ocasiones diluyen o substituyen mediáticamente a los poderes públicos del Estado y los subordinan crecientemente como poderes constitucionales desplazados o debilitados de su centralidad estatal.</p>

Cuadro 10 (continúa)

Niveles de estructuración y de acción de los poderes públicos que conforman el Estado mexicano	Características de los poderes constitucionales que estructuran al tradicional Estado-nación mexicano (Ejecutivo, Legislativo y Judicial)	Características del poder mediático que reconfigura al Estado-nación y da origen a la Cuarta República mediática (radio y televisión)
Consecuencias que generan	Su acción fortalece la estructura tradicional de composición federada de la República mexicana en 32 estados.	Alimenta unilateralmente la intencionalidad del mercado salvaje que plantea la concepción y práctica del Estado cero, es decir, ya no es necesario conservar para gobernar, sino que la sociedad puede funcionar sólo con procesos de "autorregulación", especialmente informativos. En el mejor de los casos reconoce la utilidad del Estado sólo como eficiente entidad "administradora" o un "gerente" de sus intereses particulares y no rector de lo público.
¿Quién los sostiene económicamente?	Los sostiene materialmente la población por medio de los diversos tipos de impuestos que paga, y con los cuales se edifica el presupuesto público que financia la operación de los diversos poderes públicos y de sus respectivos programas de gobierno.	Aunque se presentan como autofinanciables con sus propios capitales originarios, en realidad son sufragados por la publicidad que paga la población, por medio del sobreprecio por concepto publicitario que se le agrega a las mercancías que difunden los medios de información, o mediante otras estrategias de financiamiento por telemercadeo o teleparticipación (hable, vote y pague la llamada) que han puesto en práctica con sus estrategias mercadológicas.
¿A quién le rinden cuentas?	Informan a la sociedad por lo menos una vez al año y se someten a la evaluación de la comunidad y de otros poderes públicos consolidados. Además, desde 2002, con la Ley de Acceso a la Información Pública Gubernamental, todas las instancias del Estado están obligadas a informar sobre los aspectos específicos de su gestión pública.	Aunque es un poder que se impone colectivamente y que toca todos los sectores y niveles de las comunidades, nunca le rinde cuentas a la sociedad hasta el extremo de llegar a la impunidad, justificándose plenamente ante sus auditores mediante el nivel de penetración conquistado y comprobado con la audiencia alcanzada.

Niveles de estructuración y de acción de los poderes públicos que conforman el Estado mexicano	Características de los poderes constitucionales que estructuran al tradicional Estado-nación mexicano (Ejecutivo, Legislativo y Judicial)	Características del poder mediático que reconfigura al Estado-nación y da origen a la Cuarta República mediática (radio y televisión)
Características de su visibilidad social	Son instituciones con una larga existencia histórica reconocida que tienen clara fachada pública de poderes consolidados. Su origen filosófico y social en el país proviene desde 1800.	A los únicos que les rinden sus responsabilidades son a sus accionistas. Es un poder históricamente reciente, que surge en el siglo xx y se consolida en el xxi. La radio se inicia en la década de 1920, la televisión en la década de 1950.
	Son poderes que se ubican visiblemente en organizaciones formales, materiales, organizativas, institucionales y humanas, y que se reconocen como poderes oficiales tradicionales.	Es un poder informal cotidiano que está en todas partes, se mueve con enorme velocidad, actúa a todos los niveles sociales, se siente en todos los lugares, organiza cotidianamente la mente, la afectividad y los actos de los individuos y las comunidades; y, sin embargo, no se ve como poder, sino como una simple actividad de entretenimiento, diversión o esparcimiento.
Tipo de <i>espacio público</i> que edifican	Socializan el espectro radioeléctrico para la participación y crecimiento de toda de la sociedad.	Privatizan el espectro radioeléctrico para la expansión monopólica y la reproducción del prototipo dominante de industrias culturales.
	Elaboran un espacio público, político y ciudadano para interactuar y discutir los asuntos de las <i>polis</i> .	Producen un espacio público mediático, orientado hacia el consumo y la legitimación del sistema de información-comunicación prevalectante.
Sujetos históricos que construyen	Construyen ciudadanos con derechos y obligaciones colectivas.	Construyen auditorios radiofónicos, públicos televisivos y consumidores masivos con tendencias compulsivas al consumo.

Cuadro 10 (continúa)

Niveles de estructuración y de acción de los poderes públicos que conforman el Estado mexicano	Características de los poderes constitucionales que estructuran al tradicional Estado-nación mexicano (Ejecutivo, Legislativo y Judicial)	Características del poder mediático que reconfigura al Estado-nación y da origen a la Cuarta República mediática (radio y televisión)
Valores colectivos que inculcan	Promueven los valores del proceso político histórico, como son los conceptos de <i>nación, patria, República, ciudadanía, orden de derecho, garantías individuales, civilidad, servicio público</i> , etcétera.	Difunden los valores de la empresa privada, la ganancia pecuniaria, la competencia, etcétera.
	Fomentan los valores del arraigo local, la identidad regional y nacional.	Respaldan los valores de la globalización, el desarraigo local, la existencia <i>light</i> y el consumidor mundial.
Símbolos visibles de presentación de cada poder	Son poderes representados según cada periodo histórico por diversos símbolos nacionales. La Primera República es reconocida por el "Águila Real de la Independencia", la "Bandera del Ejército Trigarante", etcétera. La Segunda República es presentada con el "Estandarte Juarista", etcétera. La Tercera República es ubicada con el "Escudo nacional", el "Monumento a la Revolución", la "Columna de la Independencia", el "Himno Nacional", la "Bandera mexicana", etcétera.	Son poderes mediáticos representados de forma distinta en cada periodo de su existencia empresarial. Al principio de la industria de la televisión mexicana en la década de 1950 se expuso como la imagen del "telesistema mexicano". En la etapa de la modernidad comunicativa, en la década de 2000, son representados en las pantallas y los diales de los medios por el logotipo del "Canal de las Estrellas", el sello de agua de Televisa, la imagen de la "Fuerza Informativa de Televisión Azteca", la identificación de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), el símbolo de la Asociación Nacional de la Publicidad (ANP), el <i>jingle</i> musical de cada estación de radio, la carta de programación de los canales, la cara de cada conductor exitoso en turno, etcétera.

Niveles de estructuración y de acción de los poderes públicos que conforman el Estado mexicano	Características de los poderes constitucionales que estructuran al tradicional Estado-nación mexicano (Ejecutivo, Legislativo y Judicial)	Características del poder mediático que reconfigura al Estado-nación y da origen a la Cuarta República mediática (radio y televisión)
Imágenes o estereotipos culturales que difunden	Promueven la identificación con símbolos propios de cada fase de evolución histórica: próceres de la Independencia (Hidalgo, Morelos, Iturbide, los Niños Héroes de Chapultepec, etcétera), los líderes de la Revolución de 1910 (Emiliano Zapata, Francisco Villa, Madero, etcétera).	Difunden la imagen y los valores de los artistas, <i>conductores in</i> y personajes del <i>star system</i> nacional y mundial. Exponen la visión de los programas de la farándula, de los noticieros, del mundo del espectáculo, del <i>glamour</i> hollywoodense, etcétera.
Memoria colectiva que crean	Generan la memoria histórica oficial del Estado mexicano que legitima a la clase política en el poder e integra a la población en un proyecto ideológico nacional.	Crean el recuerdo autista y el <i>alzhéimer cultural</i> (memoria restringida de corto plazo) por medio de los contenidos de la <i>agenda setting</i> que cada tres o cuatro meses ocasionan el olvido colectivo del pasado, para reactivar las nuevas necesidades presentes del ciclo ideológico de la moda, la industria del deporte, el círculo del consumo, el recuerdo de la frivolidad, etcétera.
¿Por qué entran en crisis?	Son poderes públicos que entran en crisis por su separación orgánica del cuerpo social que los eligió y, en consecuencia, por su débil o nula representación de las necesidades comunitarias. En este momento, son impugnados de diversas formas por la población, y sufren descomposición institucional.	Es un poder que fundamentalmente entra en crisis por falta o disminución del <i>rating</i> que limita la inversión publicitaria que los sostiene o por la competencia feroz que enfrentan con sus competidores.

En otras palabras, el Estado tiene como función esencial dirigir e integrar como instancia rectora a la sociedad en un mismo proyecto de desarrollo global equilibrado que genere justicia y estabilidad colectiva. Sin embargo, si los medios de difusión masivos, especialmente electrónicos, también tienen la grandísima y eficientísima capacidad de integrar y dirigir cotidianamente a la sociedad por medio de otro proyecto privado comercial, por consiguiente, es claro que también, *de facto*, los medios de difusión

colectivos desempeñan las funciones propias del Estado y, por lo tanto, forman parte del *Estado real* que opera en la vida cotidiana, sea o no reconocido este hecho histórico, teórica u oficialmente, por los ideólogos de la teoría política contemporánea.

En este sentido, la dinámica real de la construcción del poder nacional señala que el verdadero poder lo detenta la entidad que impone una dirección, rectoría o hegemonía sobre el resto de la sociedad, mientras que la tradicional concepción formal o doctrinaria del poder define tautológicamente desde sí misma, de manera limitada y formalista, los poderes que componen al Estado convencional en México. Por lo tanto, podemos decir que en la primera década del siglo XXI, debido a la gran capacidad de fuerza que realmente han alcanzado los medios de difusión colectivos para conformar y movilizar diariamente a la sociedad mexicana, éstos de hecho ya son parte de los poderes efectivos que conforman al nuevo Estado mexicano.

En el reconocimiento de esta reciente realidad histórica debemos considerar que, así como las sociedades domestican a los individuos por los mitos y las ideas que difunden, las cuales a su vez domestican a las comunidades y a los sujetos, las personas también podemos al mismo tiempo domesticar recíprocamente las ideas que controlan a la sociedad. Las ideas existen por y para el hombre, pero él también existe por y para las ideas. Por lo tanto, necesitamos civilizar nuestros sistemas de explicaciones, creando una nueva generación de teorías abiertas, racionales, críticas, reflexivas, autocríticas y aptas para autorreformarnos (Morin, 1999:10-12).

Por ello, en la fase de evolución histórica en la que se encuentra la sociedad mexicana en la primera década del siglo XXI, es indispensable replantear conceptual, política y prácticamente las realidades que conforman la estructura del Estado mexicano, pues no es posible seguir arrastrando la visión mítica de la teoría del Estado posrevolucionario de principios de siglo XX, que definió al Estado desde la concepción de la doctrina jurídica tradicional de la República tripartita y no desde los factores obvios de fuerza que experimenta la nueva reestructuración del poder moderno que surgió a finales del siglo XX y comienzos del tercer milenio, particularmente con la fuerte acción de los poderes fácticos mediáticos. Hoy estamos ante una nueva fase de transfiguración

de la historia de los poderes rectores que actúan diariamente en la sociedad mexicana. Para entenderlos y conducirlos bajo la idea del bien común, estamos obligados a reconcebir la visión "naturista" del Estado mexicano del siglo xx para rearmarla con mayor claridad desde los nuevos elementos del poderío mediático que, por la fuerza, se han instalado como poderes fácticos en la esfera del poder público nacional.

Desde el punto de vista epistemológico, la presencia de este nuevo fenómeno histórico nos enfrenta a un séxtuple desafío intelectual y político a principios del siglo xxi. Primero, reconocer la presencia de un moderno proceso de transformación histórica del Estado-nación mexicano, ocasionado especialmente por la acción de la *mediocracia*. Segundo, aceptar que estamos en una nueva etapa descontrolada de evolución de la estructura del poder nacional, a partir de los poderes fácticos mediáticos. Tercero, generar una nueva forma teórica de definirlo, nombrarlo y reexplicarlo históricamente para entender de qué clase de realidad se trata, hacia dónde evoluciona y qué consecuencias sociales introduce. Cuarto, cuestionar la concepción del viejo paradigma "Estado mexicano formal", que todavía conserva el universo de conocimientos tradicionales de las ciencias jurídicas, las ciencias sociales, las ciencias políticas y las ciencias de la comunicación, para que éstas acepten los límites de sus miradas disciplinarias convencionales y se abran a nuevas concepciones elementales de recomposición del poder a partir de la evolución que ha tenido en la vida cotidiana contemporánea. Quinto, producir una nueva teoría conceptual del Estado, del poder colectivo y del espacio público actual, que recupere todo el peso determinante que ha alcanzado del poder mediático contemporáneo en la estructuración del Estado moderno. Y finalmente, crear los instrumentos jurídicos y los procesos políticos adecuados para ubicar esa nueva macrofuerza mediática bajo la voluntad de la soberanía nacional y no dejarla a su libre autodinámica de comportamiento salvaje que atenta contra la esencia del Estado-nación construido desde la Constitución mexicana de 1917 y de sus respectivos movimientos sociales libertarios.

Desde esta perspectiva, se puede afirmar que, a partir de la expansión y centralidad sustantiva que adquirió la fuerza del nuevo poder mediático, con las nuevas funciones y capacida-

des de imposición de fuerza y dirección que ejerce dicho poder, los verdaderos secretarios de Estado ya no son los ministros designados por el poder presidencial formal tradicional, sino los propietarios de los medios de información. Los verdaderos oficiales mayores del gobierno ya no son los designados por las autoridades legales, ahora son los conductores de televisión. Los verdaderos jueces ya no son los ministros elegidos por la Suprema Corte de Justicia, ahora lo son los comentaristas de los medios de información colectivos. Los verdaderos legisladores ya no son los diputados y senadores del Congreso de la Unión, sino los actores mediáticos. Los verdaderos generales ya no son los elegidos por el Ejército mexicano, sino los directores de información de las cadenas de medios de difusión. Las verdaderas aulas ya no son las escuelas de la Secretaría de Educación Pública, ahora lo son las pantallas de televisión y los diales radiales con sus respectivos currículum electrónicos. La verdadera legitimidad cotidiana ya no la construye el gobierno tradicional, ahora la teje el consenso que generan los aparatos mediáticos, etcétera.

De esta manera, la primera década del siglo XXI en México no sólo fue un periodo de avance del narcotráfico en todo el territorio nacional, un agudo deterioro ecológico en todo el país, una fuerte limitación de la capacidad productiva nacional, un agotamiento de biocombustibles que obligó a pasar del uso del petróleo al empleo del etanol (“México debe prepararse ...”, 2007:22; “Quintana Roo...”, 2007:22), el peor colapso del campo mexicano (“Enfrenta el campo...”, 2007:12), una drástica recesión económica, la migración de cientos de conacionales al norte del continente, etcétera; sino que también fue la etapa histórica de una grave crisis de la relación entre el Estado, los medios de información colectivos y la sociedad. Crisis de vinculación estructural que silenciosamente rebasó el proyecto del Estado-nación construido por la Constitución de 1917, y que a principios del nuevo milenio generó un nuevo tipo de Estado híbrido contrario al espíritu de la Carta Magna, el cual nos integra de forma mediática distinta como comunidad nacional.

El mosaico de esta realidad refleja la presencia real del *Estado mexicano fallido* en el ámbito de la difusión e interacción colectiva, pues el Estado no ha sido capaz históricamente de crear

un nuevo proyecto de comunicación e interrelación ciudadana que fortalezca las bases filosófico-morales de la nación, sino que permitió que se desarrollara prioritariamente el proyecto de transmisión masiva privado-mercantil, que es funcional para la expansión del gran capital y de la estructura de poder correlativo que lo protege.

En esta forma, si uno de los grandes frutos de los movimientos emancipadores de la Independencia y la Revolución fue la edificación de un Estado-nación fuerte, caracterizado por ser una nueva entidad de poder soberano que se enfrentó a las fuerzas imperiales colonizantes que dominaron a los habitantes del país durante muchas décadas, y por atender con justicia reivindicadora las necesidades fundamentales del crecimiento de la población; esa conquista histórica se ha desvanecido progresivamente. Ahora, en el ambiente de la conmemoración de las revoluciones centenarias, contrariamente a la propaganda del discurso oficial que proclama un Estado maduro, justo, eficiente, sólido y democrático; los indicadores de la cruda realidad confirman que en los inicios del siglo XXI contamos con un Estado-nación más desdibujado, debilitado y subordinado que, cada vez menos, puede dar dirección democrática a la sociedad mexicana con base en los postulados de justicia, igualdad, equilibrio, oportunidades y paz social, que fueron las banderas de los movimientos liberadores anteriores.

En este sentido, si a principios de los siglos XIX y XX se inició el desarrollo comunitario del país con un Estado mexicano fuerte que pudo luchar contra los poderes fácticos que amenazaban su esencia rectora, doscientos años después se celebra el bicentenario de la Independencia y el centenario de la Revolución con un Estado endeble, que cuenta con poca voluntad, capacidad y visión para enfrentar a los poderes fácticos, especialmente de naturaleza mediática, que lo debilitan o desdibujan, lo cual permite la imposición de otro proyecto de nación distinto al que formula el espíritu de la Constitución mexicana de 1917 y sus leyes complementarias.

FUTURAS TENDENCIAS DE LA REPRODUCCIÓN DEL PODER MEDIÁTICO EN MÉXICO

La nueva tendencia de los medios de difusión electrónicos por debilitar, desplazar o sustituir al Estado-nación y crear el modelo de la Cuarta República mediática será reforzada en el futuro por las siguientes cinco realidades nacionales: primera, por el desmoronamiento de los poderes públicos, de la política y la crisis del Estado-nación que se experimenta de forma generalizada y amplificada a principios del siglo XXI. Segunda, por la anulación o el debilitamiento de la *Propuesta Ciudadana de Reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión* en el Congreso de la Unión y la autorización de una nueva ley de radiodifusión *light*, que protege los intereses de los grandes monopolios de las industrias electrónicas culturales y niega los derechos universales de los ciudadanos en el terreno comunicativo. Tercera, por la convergencia tecnológica que transformará de forma superlativa la actual estructura concentradora del espectro radioeléctrico, al pasar de su funcionamiento analógico al digital, y que permitió la formación de nuevos megaoligopolios de la radiodifusión muy superiores a los monopolios que actualmente existen en el país; con esto prevalecerá el mismo modelo concentrador de comunicación que hay ahora (duopólico en la televisión, y oligopólico en la radio), pero a escala superamplificada. Cuarta, el avance vertiginoso de esta revolución tecnológica permitirá que el Estado sea cada vez más, reconfigurado y reemplazado por las fuerzas mediáticas, pues en los próximos años el complejo audiovisual será una terminal multifuncional progresivamente más autónoma de la regulación nacional, que ofrecerá servicios de audio y televisión de alta definición, audio *surround* en seis canales, sonidos, imágenes, datos, telefonía, internet, fax, voz, interactividad, fotos, etcétera. Un ejemplo de este avance se comprobó claramente el 11 de septiembre de 2005 con la votación electrónica interna para elegir al candidato a la presidencia de la República del Partido Acción Nacional (PAN), pues en el proceso de selección se dejó a un lado la tradicional discusión y la presentación directa de las plataformas ideológicas y propuestas de los diversos candidatos en contienda, y los militantes de todo el país votaron virtualmente por la página electrónica del partido para seleccionar a su ga-

nador. Finalmente, aunque históricamente aumentó la claridad en un pequeño grupo de ciudadanos sobre la necesidad prioritaria de cambiar la realidad del sistema de comunicación colectivo en México, la mayoría de la población continúa adormecida por la acción hipnótica de la programación cotidiana de los medios de difusión electrónicos, que los mantiene contentos con el actual esquema espectacular y consumista, y con ello se aborta la demanda de un cambio fundamental de este sistema de comunicación.

Con estos escenarios se fortalecerá sustantivamente el esquema de la Cuarta República mediática en el país por sobre el modelo de gobierno de la Tercera República nacional con sus tres poderes públicos constitucionales. Mediante ello, progresivamente se reforzará la tendencia a tener una sociedad compuesta con más *telecracia* virtual y con menos Estado-nación rector y defensor imparcial de los intereses de las mayorías nacionales; esto será el preámbulo político institucional para construir silenciosamente una comunidad gobernada por el nuevo *Estado mediático* de la globalización posmoderna del siglo XXI que cimentaron los monopolios de las *industrias culturales*, y no por la rectoría del Estado republicano para la sobrevivencia colectiva que la comunidad civil creó en los últimos doscientos años de la historia de México, con un altísimo esfuerzo y costo humano sangriento.

Es por ello que después del hollywoodense festejo del bicentenario de la Independencia y de la espectacular celebración del centenario de la Revolución mexicana por parte del gobierno mexicano en el 2010,²³ el gobierno mexicano demostró que no tenía un nuevo proyecto de futuro para las mayorías sociales del que se derivara un eficaz discurso histórico y que sirviera de cemento ideológico para articular a los ciudadanos alrededor de otro modelo realista de país que creara esperanza y alternativas de desarrollo para todos. Ante la ausencia de un nuevo modelo global de nación, la clase política tuvo que sustituir ese hueco con el empleo de los recursos frívolos de la mercadotecnia, la propaganda, el carnaval y el espectáculo masivo para posicionarse momentáneamente en la mentalidad de los ciudadanos y ganar legitimidad coyuntural.

²³ Para ampliar este punto, consúltense Villamil (2010:26-28) y Esteinou (2010:24-25).

Ante este vacío de sentido histórico, fue el poder cultural del aparato mediático de la radio y la televisión el que llenó este hueco existencial de la población, por medio de tres estrategias ideológicas muy eficaces para crear otra hegemonía: por una parte, ofreció sentido de vida a los habitantes mediante un enorme torrente de producciones simbólicas frívolas o triviales destinadas a entretener a la población con espectáculos, concursos, conciertos, programas de entretenimiento, etcétera; por otra parte, creó ilusiones de gratificaciones provisionales mediante la intensificación de la publicidad masiva estacional para promover las ventas de la navidad de 2010, que desembocaron en un fuerte consumo colectivo; y finalmente, generó una nueva esperanza mediante el programa denominado *Iniciativa México. Un proyecto que nos pertenece a todos*.²⁴ Ante la ausencia de nuevos líderes sociales que encausaran el profundo malestar y la frustración social que crecía rápidamente, los medios elaboraron en cadena nacional sus propios nuevos líderes y héroes mediáticos populares, quienes encabezaron el nuevo proyecto monopólico de reestructuración de la sociedad mexicana. Los paladines ganadores de dicha jefatura cultural fueron Raúl Hernández Garciadiego, con su proyecto "Agua para todos"; Mariana Baños, con "Llamadas que cambian

²⁴ *Iniciativa México...* fue un proyecto mediático organizado en 2010 por Televisa, Televisión Azteca, Canal 11, Canal 28, Grupo Radio Fórmula, Grupo Radio Acir, el periódico *El Universal* y otros medios de comunicación mexicanos; estuvo dirigido a personas, instituciones y organizaciones con el fin de impulsar la transformación del país mediante el apoyo y reconocimiento de proyectos ciudadanos de impacto social que comenzaran a transformar la sociedad mexicana. Dicha propuesta logró la inscripción de 47 049 proyectos para competir por los diez millones de pesos del primer lugar, lo que constató la enorme fuerza del poder mediático para convocar y organizar a la sociedad mexicana alrededor de una acción mediática.

El Consejo Consultivo quedó integrado por Emilio Azcárraga Jean, presidente de Grupo Televisa; Ricardo Salinas Pliego, de Televisión Azteca; Fernando Sariñana, de Canal Once; Francisco Ibarra López, de Grupo Acir; Rogerio Azcárraga Madero, de Grupo Radio Fórmula; Juan Fernando Healy, del periódico *El Universal*, entre otros. Su Consejo Técnico quedó integrado por personalidades como el rector de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), José Narro; el presidente de la Asociación Internacional de Universidades, Juan Ramón de la Fuente; la directora general del Instituto Politécnico Nacional (IPN), Yoloxóchitl Bustamante; el rector del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Rafael Rangel, entre otros. Véase "Iniciativa México quiere transformar al país" (2010).

vidas"; Héctor González, con "Fuente de proteína", y Armando M. Barrera Rocha, con "Marabunta".²⁵

Confirmando la fuerza del poder mediático hegemónico ante la rectoría del Estado nacional, el presidente del grupo Televisa, Emilio Azcárraga Jean, señaló, durante su discurso de clausura, que

"[...] en el México del presente sí tenemos héroes que sin fama ni aspiraciones políticas, y muchas veces sin dinero, hacen todos los días cosas extraordinarias por nuestro país. Héroes que nos quitan el miedo y nos devuelven la esperanza. 'Iniciativa México' nos mostró una nación que no estábamos viendo, que sostiene el barco de todos a pesar de las tormentas [...]" ("Resaltan a héroes anónimos en Iniciativa México", 2010).

Así, paradójicamente, no obstante la inversión mayúscula de propaganda masiva por parte del gobierno en turno para reforzar el lema de que doscientos años después de los movimientos nacionales libertarios de la Independencia, y luego de cien años de la Revolución, el país contaba con un Estado mexicano maduro; la verdadera dirección ideológica, anímica e histórica de la sociedad mexicana ya no quedó dirigida por el Estado nacional de la Tercera República, sino por la acción eficaz del Estado mestizo de la Cuarta República mediática que llegó a una fase muy avanzada de su consolidación en la primera década del siglo XXI en México.

Por este motivo, el no reconocer la existencia y actuación del *Estado mediático mestizo* en México y de su respectiva *Cuarta República mediática*, no es un problema de preferencias ideológicas, de tendencias políticas, de conflictos ególatras de las ciencias sociales o de simples discusiones teóricas ociosas entre especialistas académicos; sino que es el rechazo, por parte del sector intelectual y político dirigente del país, de una nueva realidad histórica contundente que implica una transformación radical del poder contemporáneo. El desconocimiento de este categórico fenómeno por parte de la casi totalidad de la población pero, especialmente, del sector crítico de la sociedad, provoca, entre otras, las siguientes seis consecuencias globales:

²⁵ Véanse "Iniciativa México premia a héroes ciudadanos" (2010); "Silbidos y reclamos a Calderón..."; (2010:14); "Héroe de la comunidad" (2010); "Propuestas con valor" (2010).

- 1) No aceptar las transformaciones históricas estructurales básicas que ha sufrido el Estado-nación mexicano con la presencia y operación desregulada de las tecnologías electrónicas de información masivas en la segunda mitad del siglo xx y comienzos del nuevo milenio en nuestro territorio.
- 2) No tomar conciencia sobre la acción de los nuevos vectores del *poder mediático* que están modelando cotidianamente el espacio público colectivo, particularmente mediático, en el país y sobre las consecuencias que de éste se derivan para la sociedad.
- 3) Continuar conservando a nivel mental para el contexto del siglo xxi, la vieja teoría del Estado jurídico-político edificado durante los siglos xix y xx, y no reconocer la acción contundente del *Estado mestizo* que demanda la necesidad inevitable de elaborar una nueva teoría del Estado mexicano que explique este nuevo fenómeno del poder contemporáneo.
- 4) Seguir funcionando con la ilusión inocente que piensa que la rectoría ideológico-política cotidiana de la nación hoy sigue siendo realizada por los tres poderes constitucionales tradicionales (Ejecutivo, Legislativo y Judicial), y no compartido, redibujado, disputado o sustituido por los nuevos poderes fácticos mediáticos que han emergido con enorme solidez en nuestro territorio.
- 5) Permitir que los poderes públicos formales del Estado-nación sigan siendo afectados, desplazados y transformados por el nuevo gran *poder mediático*, y que no se construyan las acciones jurídicas y políticas de contrapesos equilibradores que los ubiquen como fuerzas normadas por los pactos constitucionales que históricamente generó el interés de la mayoría nacional a lo largo de muchas décadas.
- 6) Seguir aceptando que la sociedad mexicana sea dirigida por otro proyecto mental de comunicación de mercado autorregulado e incluso salvaje, ajeno al que formulan los acuerdos básicos de la Constitución, y por las necesidades del desarrollo autosustentable que requiere la sobrevivencia de la sociedad mexicana contemporánea.

Finalmente, con este corrimiento mediático institucional se comprueba que, en términos comunicativos, la sociedad mexicana de principios del tercer milenio sí está viviendo una tran-

sición política; pero no es el cambio a la democracia pacífica y civilizatoria, sino que el poder de los medios está reconfigurando y, en ocasiones, hasta sustituyendo o desplazando las funciones ideológico-políticas del Estado-nación, las instituciones públicas, los órganos de gobierno, la clase política y de cualquier otro poder constitucional establecido, por la imposición de la acción, la dinámica, los contenidos y el modelo privado de comunicación comercial de los canales electrónicos privados de información colectivos. Es la transición nacional a la *telecracia* mediática y no a la democracia participativa que requiere la estabilidad elemental del convulsivo México moderno de inicios del siglo XXI.

Por esta razón, la sociedad mexicana y los poderes públicos de la República, especialmente del Congreso de la Unión, están ante la disyuntiva histórica de aceptar caminar en los próximos años hacia un proyecto de sociedad regido por la cabeza mediática autoritaria de los oligopolios comunicativos que han formado el reinado del Estado mestizo en el país, con su correspondiente Cuarta República mediática, o bien, aceptar caminar hacia un proyecto de sociedad dirigido por el cerebro de un moderno *Estado-nación ciudadano* para la sobrevivencia colectiva, reformado con la creación de un nuevo consenso nacional, jurídico, de equilibrio virtuoso entre medios de comunicación colectivos, Estado y sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

Libros, revistas y documentos

- Alva de la Selva, Alma Rosa (2007), "La relación Estado-medios: del Estado fuerte al ascenso del poder mediático", foro México en el Mundo Actual, La Jornada/Casa Lamm, México, julio.
- Bustamante, Enrique (2003) (coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Fundación Alternativa/Gedisa, Barcelona [multimedia].
- Caballero, Virgilio (2009), "La Ley Televisa: sometimiento del Estado y enajenación del territorio", en Javier Esteinou Madrid y Alma Rosa Alva de la Selva (coords.), *La Ley Televisa y la lucha por el poder en México*, Universidad Autónoma Metropolitana/Fundación Friede-

rich Ebert/Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México/Senado de la República/Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación/Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación/Asociación Mexicana de Derecho a la Información/Centro Nacional de Comunicación Social/Fundación Manuel Buendía, México (Teoría y Análisis).

Caballero Pedraza, Virgilio Dante (2004), "Los medios en el lodazal: ¿el poder del poder?", *Los periodistas*, abril, Fraternidad de Reporteros de México, México.

Caloca Carrasco, Eloy (2003), *Recuento histórico del periodismo*, Instituto Politécnico Nacional/Secretaría de Educación Pública, México.

Cámara de Diputados (2000), "Nuestras constituciones", LV Legislatura, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México.

Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) (2010), "Estadísticas de radio y televisión", 13 de noviembre [www.cirt.org.mx]; también en Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) (2009a), Gobierno de la República, mayo [www.cofetel.gob.mx].

Casar, María Amparo (2009), "Poderes fácticos", *Nexos*, 1º de abril, México [http://www.nexos.com.mx].

___ (2009b), "Evolución de la televisión restringida de 1995 al 2009", Dirección de Información Estadística de Mercados, Comisión Federal de Telecomunicaciones, México [www.cofetel.gob.mx].

___ (2010), "Penetración de la televisión restringida de 1996 al 2010 en México", Dirección de Información Estadística de Mercados, Comisión Federal de Telecomunicaciones, México [www.cofetel.gob.mx].

Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) (2000), "Lenguas indígenas existentes en la República Mexicana", Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, Secretaría de Gobernación, México [http://www.cdi.gob.mx].

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (2007), 10ª ed., McGraw Hill, México.

Corral Jurado, Javier (2002), "Pluralidad acceso y competencia", V Conferencia Internacional: Los Medios Electrónicos en el Marco de la Reforma del Estado en México, 27 al 29 de mayo, V 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/Universidad Autónoma Metropolitana/Comisión de Radio, Televi-

- sión y Cinematografía, México, [versión estenográfica] [<http://www.cddhcu.gob.mx/servddd/versest/2ano/comisiones/rtc-3.htm>].
- ___ (2006), "Se requiere de una verdadera clase política para reformar la Ley de Medios: JCI", Foro: Las Reformas a las Leyes de Radio-TV y Telecomunicaciones frente a la Sociedad de la Información y del Conocimiento, Universidad Iberoamericana/Universidad Autónoma Metropolitana/Fundación Prensa y Democracia, 2 de febrero, México [<http://www.javiercorral.org>].
- Esteinou Madrid, Javier (1989), *Hacia la primavera del espíritu nacional. Propuesta cultural para una nueva televisión mexicana*, Programa Cultural de las Fronteras/Fundación Manuel Buendía, México.
- ___ (2000), "Globalización, medios de comunicación y cultura en México a principios del siglo XXI", *Ámbitos. Revista andaluza de comunicación*, núm. 5, segundo semestre de 2000, Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación, Departamento de Periodismo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Sevilla, Sevilla, pp. 7-51 [<http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos.htm>].
- ___ (2001), "Internet y el Estado ampliado", *Etcétera*, núm. 12, octubre, Una ventana al mundo de los medios, Nueva Época, Análisis, Ediciones y Cultura, México.
- ___ (2002), "Los medios de información como centros hegemónicos", *Argumentos. Estudios críticos de la sociedad*, núm. 43, diciembre, División de Ciencias Sociales y Humanidades, UAM-Xochimilco, México, [<http://argumentos.xoc.uam.mx>].
- ___ (2004), "El primer poder", *Etcétera*, núm. 42, abril, Una ventana al mundo de los medios, Nueva Época, Análisis, Ediciones y Cultura, México [<http://www.etcetera.com.mx>].
- ___ (2005), "Internet y la transformación del Estado", en Octavio Islas y Fernando Gutiérrez (coords.), *Internet: el medio inteligente*, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, campus Estado de México/Patria Cultural, México.
- ___ (2007), "La Ley Televisa ante la Suprema Corte de Justicia", *Revista mexicana de comunicación*, núm. 105, junio-julio, año XIX; "Blogósfera: La última frontera", Fundación Manuel Buendía, México, pp. 40-43 [<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx>].
- ___ (2008), "La Suprema Corte de Justicia y el rescate comunicativo del Estado Nación: el caso de la Ley Televisa", María Antonieta Rebeil Corella (coord.), *Anuario de Investigación de la Comunicación*, núm. xv,

- Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación/Universidad Iberoamericana/Universidad Autónoma de San Luis Potosí/Universidad Anáhuac, campus Norte, México.
- ___ (2009), "La Suprema Corte de Justicia de la Nación y la *Ley Televisa*", *Anuario de Investigación 2007* [CD-ROM], Departamento de Educación y Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, UAM-Xochimilco, México.
- ___ (2010), "Bicentenario: Estado fallido", *Zócalo*, núm. 127, septiembre, Comunicación, Política y Sociedad, Proyectos Alternativos de Comunicación, México [<http://www.zocalo.com.mx>].
- Esteinou Madrid, Javier y Alma Rosa Alva de la Selva (2009), "El espíritu de la *Ley Televisa* no ha muerto", en Javier Esteinou Madrid y Alma Rosa Alva de la Selva (coords.), *La Ley Televisa y la lucha por el poder en México*, Universidad Autónoma Metropolitana/Fundación Friederich Ebert/Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México/Senado de la República/Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación/Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación/Asociación Mexicana de Derecho a la Información/Centro Nacional de Comunicación Social/Fundación Manuel Buendía, México (Teoría y Análisis).
- Esteinou Madrid, Javier y Alma Rosa Alva de la Selva (coords.) (2009), *La Ley Televisa y la lucha por el poder en México*, Universidad Autónoma Metropolitana/Fundación Friederich Ebert/Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México/Senado de la República/Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación/Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación/Asociación Mexicana de Derecho a la Información/Centro Nacional de Comunicación Social/Fundación Manuel Buendía, México (Teoría y Análisis).
- Florescano, Enrique (2001), *Memoria mexicana*, Taurus, México, 694 pp. (Pasado y Presente).
- ___ (2003), *Etnia, Estado y nación. Ensayo sobre las identidades colectivas en México*, Taurus, México (Pasado y Presente).
- Gamaleri, Gianpiero (1981), *La galaxia de McLuhan*, ATE, Barcelona, 176 pp.
- Hernández Gómez, Jaime (2010), "Telebancada busca criminalizar a radios comunitarias", *Zócalo*, núm. 119, enero, Comunicación Política y Sociedad, Proyectos Alternativos de Comunicación, México [<http://www.revistazocalo.blogspot.com>].

- "Información relevante sobre medios de comunicación en México" [documento estadístico de apoyo] (1998), conferencia internacional "El Derecho a la Información en el Marco de la Reforma del Estado en México", mayo, Cámara de Diputados, LVII Legislatura, México.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) (2010), "Población nacional de México", *Censo general de población y vivienda 2010*, Instituto Nacional de Estadísticas, Geografía e Informática/Secretaría de Gobernación, México.
- Jellinek, Georg (2004), *Teoría general del Estado*, Fondo de Cultura Económica, México (Política y Derecho).
- "Ley Orgánica de la Administración Pública Federal" (2009), *Diario Oficial de la Federación*, 17 de julio, Secretaría General, Secretaría de Servicios Parlamentarios, Centro de Documentación, Información y Análisis, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México.
- "Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos" (1999), *Diario Oficial de la Federación*, 3 de septiembre, Secretaría General, Secretaría de Servicios Parlamentarios, Centro de Documentación, Información y Análisis, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México.
- "Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación" (2009), *Diario Oficial de la Federación*, 15 de enero, Secretaría General, Secretaría de Servicios Parlamentarios, Centro de Documentación, Información y Análisis, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México.
- MacBride, Sean (1985), *Un solo mundo. Voces múltiples, comunicación e información en nuestro tiempo*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Martín Serrano, Manuel (1985a), "Innovación tecnológica, cambio social y control social", en Raúl Rispa (dir.) *Nuevas tecnologías en la vida cultural española*, Madrid, pp. 203-213 [reproducido en *Cuadernos de comunicación*, núm. 94, Comunicología Aplicada, México].
- ___ (1985b), *La mediación social*, Departamento de Comunicación, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- ___ (2004), *La producción social de la comunicación*, 3ª ed., Alianza, Madrid (Ciencias Sociales).
- McLuhan, Marshall (1979), *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, Diana, México.
- Morelos y Pavón, José María (2001), *Sentimientos de la Nación*, Diario de Debates/LV Legislatura, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México, 19 pp. (Documentos para la Historia).

- Morin, Edgard (1999), *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*, Mercedes Vallejo Gómez (trad.), Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 7 Place de Fontenoy, París.
- Ortega Ramírez, Carmen Patricia (2006), *La otra televisión. ¿Por qué no tenemos televisión pública?*, UAM-Xochimilco/Etcétera, México.
- Sánchez Ruiz, Enrique (2009), "Poderes fácticos y gobernabilidad autoritaria. La *Ley Televisa* como estudio de caso", en Javier Esteinou Madrid y Alma Rosa Alva de la Selva (coords.), *La Ley Televisa y la lucha por el poder en México*, Universidad Autónoma Metropolitana/Fundación Friederich Ebert/Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México/Senado de la República/Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación/Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación/Asociación Mexicana de Derecho a la Información/Centro Nacional de Comunicación Social/Fundación Manuel Buendía, México (Teoría y Análisis).
- Scherer Ibarra, María (2004), "Telearquía", *Proceso*, núm. 1427, 27 de marzo, México.
- "Todo el poder" (2004), *Proceso*, núm. 1433, 18 de abril, México.
- Trejo Delarbre, Raúl (2004), *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*, Cal y Arena, México.
- Vázquez Mota, Josefina (2005), "Sociedad civil y medios de comunicación" [versión estenográfica], simposio Sociedad Civil y Medios de Comunicación. El Despertar del Receptor, 8 y 9 de noviembre, Secretaría de Desarrollo Social, Centro Mexicano de Filantropía, Hotel Camino Real, 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", 5 de febrero, Red de Radiodifusoras Educativas y Culturales de México (RECM), México.
- Villamil, Jenaro (2010a), "Bicentenario, el *raiting* a cambio de historia", *Zócalo*, núm. 127, septiembre, Comunicación, Política y Sociedad, Proyectos Alternativos de Comunicación, México [<http://www.zocalo.com.mx>].
- ___ (2010b), "Televisa, monopolio subsidiado", *Proceso*, núm. 1738, 21 de febrero, México [<http://www.proceso.com.mx>].

Artículos de periódicos

- "Advierten brechas de padres a hijos" (2006), *Reforma*, 5 de marzo, México.
- Alemán, Ricardo (2006), "Congreso vulnerado", *El Universal*, 2 de marzo, México.
- "Apoyan a candidatos sin partidos. No hay condiciones para acotar poderes fácticos" (2010), *El Universal*, 10 de febrero, México.
- "Busca Acción Nacional fortalecer la Cofeco" (2006), *Reforma*, 31 de enero, México.
- Corral Jurado, Javier (2003), "Mediocracia sin mediaciones", columna "Rotafolio", *El Universal*, 20 de enero, México.
- ___ (2004), "Encendida discusión", columna "Rotafolio", *El Universal*, 2 de noviembre, México.
- ___ (2006), "Al mejor postor", *El Universal*, 3 de enero, México.
- Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones e Informática (CANIETI) (2005), ["Desplegado"], *Milenio Diario*, 12 de diciembre, México.
- "Encuesta nacional sobre dinámica familiar" (2006), *Reforma*, 3 de marzo.
- "En el 2004 se duplicó la violencia contra la mujer" (2005), *Milenio Diario*, 19 de enero, México.
- "Enfrenta el campo mexicano la peor crisis de su historia" (2007), *El Financiero*, 2 de mayo, México.
- "Explicarán alegatos en la Corte contra ley de medios" (2006), *El Universal*, 8 de mayo, México.
- "Hay gritos en el 51% de los hogares" (2006), *Milenio Diario*, 25 de enero, México.
- "Héroe de la comunidad" (2010), *El Universal*, 8 de noviembre, México [<http://www.eluniversal.com.mx>].
- "Iniciativa México premia a héroes ciudadanos" (2010), *El Universal*, 8 de noviembre, México [<http://www.eluniversal.com.mx>].
- "Iniciativa México quiere transformar al país" (2010), *El Informador*, sección "México", 8 de junio, Guadalajara [<http://www.elinformador.com>].
- "La Ley Televisa beneficia sólo a parte de la sociedad: TV UNAM" (2006), *Invertia, Infosel. El Financiero*, 28 de marzo, México [<http://mx.invertia.com>].
- "La violencia televisada produce graves y prolongados daños síquicos en los niños" (1992), *Excelsior*, 8 de agosto, México.
- "Los mexicanos pasan más horas frente a la televisión" (1998), *El Nacional*, 7 de abril, México.

- "Más subscriptores de televisión" (2006), *El Financiero*, 14 de marzo, México.
- "México debe prepararse para producir etanol" (2007), *El Financiero*, 2 de mayo, México.
- "PRD llama al Senado a no aprobar reforma a medios" (2006), *El Universal*, 23 de enero, México.
- "Propuestas con valor" (2010), *El Universal*, 10 de noviembre, México [<http://www.eluniversal.com.mx>].
- "Quintana Roo, tierra fértil para los biocombustibles" (2007), *El Financiero*, 2 de mayo, México.
- "Reformas a radio y televisión polarizarán a la sociedad si se avala" (2006), *El Universal*, 20 de febrero, México.
- "Resaltan a héroes anónimos en Iniciativa México" (2010), *Excélsior*, 8 de noviembre, México [<http://www.excelsior.com.mx>].
- "Se agudiza la desintegración de las familias mexicanas: DIF" (2006), *El Universal*, 25 de enero, México.
- "Senado detiene discusión de la Ley de radio y tv" (2005), *El Universal*, 13 de diciembre, México.
- "Senadores del PAN discuten cambios a la ley de radio y televisión" (2006), *El Universal*, 26 de enero, México.
- "Silbidos y reclamos a Calderón en premiación de Iniciativa México" (2010), *La Jornada*, 10 de noviembre, México.
- "Ve 81% de los menores la tv sin supervisión" (2005), *El Universal*, 19 de noviembre, México.
- "Un estudio reveló que los mexicanos son los que más tiempo pasan frente a la televisión en América" (1998), *Crónica*, 7 de abril, México.