

# LA FORMACIÓN DE LA CUARTA REPÚBLICA (mediática) en México

Javier Esteinou Madrid

Con la introducción de las tecnologías electrónicas de información de masas –la radio en 1920 y la televisión en 1950–, el poder ideológico de los medios de comunicación colectivos paulatinamente desbordó la esfera de control y de orientación del Estado nacional tradicional y éste entró en una nueva fase de desarrollo vertiginoso que rápidamente rebasó los límites de los controles políticos y jurídicos convencionales creados por el Estado mexicano. De esta forma, el moderno poder mediático se fue conformando paralelamente como un poder ideológico independiente que se enfrentó a los otros tres poderes republicanos formales que constituyen el Estado nacional (Ejecutivo, Legislativo y Judicial), e incluso en algunos casos los reformuló y sustituyó. Así, con la consolidación del nuevo poder mediático, surgió lentamente en nuestro país un nuevo poder fáctico que dio origen a la nueva *Cuarta República Mediática* en México en el siglo XXI, con su respectiva mutación estatal.

Palabras clave: poder mediático, transformación del Estado, industria cultural

## ABSTRACT

With the introduction of the electronic technologies for mass information –in 1920 with the radio and in 1950 with the television–, the ideological power of collective mass media slowly overflowed the traditional national State sphere control and of orientation, and this entered into a new phase of vertiginous development which very quickly went beyond the limits of conventional political and law controls created by the Mexican State. In this way, this modern media power developed as an independent ideological power which faced the other three formal republican powers which constitute the national State (Executive, Law and Judicial Powers), and even in some cases it reformulated and substituted them. Therefore, with the consolidation of the new media power, it slowly emerged in our country a new real power which gave birth to the new IV Media Republica in Mexico in the XXI century, with its correspondent changed State.

## HACIA LA RECONFIGURACIÓN MEDIÁTICA DEL ESTADO MEXICANO

Debido a la concentración histórica de las enormes capacidades tecnológicas, empresariales y políticas que conquistaron los medios electrónicos de difusión colectivos –particularmente comerciales– y a su modalidad de funcionamiento monopólico, durante la segunda mitad del siglo XX y principios del XXI en México, éstos se apoderaron paulatinamente de la propiedad y uso del espacio radioeléctrico, creando un nuevo *espacio público* de interacción virtual –especialmente privatizado– con el que desplazaron gradual y silenciosamente al Estado-nación<sup>1</sup> de su función rectora de la sociedad, particularmente cultural. Por medio del uso concesionado del espectro radioeléctrico –un bien público y escaso, propiedad de la nación, explotado mayoritariamente por el sector empresarial de la comunicación–, el Estado quedó atrapado en su propio concesionamiento del espacio público al sector comercial, al grado de encontrarse hoy, política y culturalmente, sometido, arrinconado, coartado, desvalorado y humillado frente al gigantesco poder que ha conquistado el sector mediático privado comercial.

Con la ubicación de los medios de información como *primer poder ideológico* en la estructura cultural de la sociedad mexicana, las fuerzas de la comunicación monopólica gradualmente se han posicionado, cada vez más, por encima de las instituciones y los poderes del Estado mexicano, y desde allí, 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 crecientemente aplicó todo su poder autorregulado, incontrolado e impune, por sobre la capacidad de organización, regulación y conducción del Estado-nación, subordinando, 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* o *telecracia*, 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, que permite que los intereses corporativos y mercantiles de las grandes compañías de comunicación de

<sup>1</sup> Por nación entendemos la entidad conformada 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 de desarrollo. Acerca de la conformación del moderno Estado-nación mexicano, de la etapa colonial a la moderna, véase Enrique Florescano, *Memoria mexicana*, Colección Pasado y Presente, Taurus, México, 2001, pp. 549-610, y *Etnia, Estado y Nación. Ensayo sobre las identidades colectivas en México*, Taurus, México, 2003, pp. 285-455.

masas, con un uso habitualmente intensivo de nuevas tecnologías de comunicación, se impongan al resto de la sociedad.<sup>2</sup>

[La *mediocracia* debe ser entendida 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 más allá 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.<sup>3</sup>

Debido 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 alcanzado, 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 o abandono legal que existe en este terreno, a la estandarización, la uniformidad de la comunicación y la cultura, al discurso unidimensional, y a la información homogéneamente manipulada, desigual, desequilibrada, y mercantilizada, los medios se han consolidado como poder paralelo, e incluso superior al que ejercen las instituciones políticas.<sup>4</sup> Así, la mediocracia se ha convertido en el gobierno de los medios –o controlado por los medios–, donde se establece una mediación irremediable e ineludible entre el poder político y la sociedad.<sup>5</sup>

La *mediocracia* o *telecracia* se caracteriza por ser la forma de poder superior que han conquistado los medios de información, sin contrapesos equilibradores, para imponerse como una forma dominante de dirección y de gobierno colectivo sobre las principales instituciones, organismos y fuerzas de la sociedad para imprimirles su orientación e intereses en el espacio público, para fortalecerlos si le son funcionales o para marginarlos o disminuirlos en caso de que sean contrarios a sus necesidades dominantes. Debido a la falta de normatividades justas y de contrapesos equilibradores,

Debido a la formidable capacidad que han alcanzado para propagar mensajes, los medios se han consolidado como poder paralelo, e incluso superior al que ejercen las instituciones políticas.

<sup>2</sup> Raúl Trejo Delarbre, *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*, Cal y Arena, México, 2004, p. 22.

<sup>3</sup> *Ibid.*, p. 21.

<sup>4</sup> *Ibid.*, pp. 17, 18, 21, 37, 195 y 202.

<sup>5</sup> *Ibid.*, pp. 7 y 20.

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, convirtiéndose en poderes *facticos* que desafían y rebasan a los poderes públicos y sociales constituidos formalmente a través de largos procesos civilizados de la historia de México. Así, se han convertido en poderes reales independientes, impunes y prepotentes muy poderosos que retan, golpean y subordinan a los otros poderes sociales ya establecidos.

Sin embargo, el grado de poder conquistado no sólo los ubica como poderosas instituciones culturales que crean la *mediocracia* o la *telecracia*, sino que los coloca como macro poderes, con débiles límites, frágiles controles legales formales, tenues contrapesos sociales y, sólo excepcionalmente, regidos 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.<sup>6</sup>

Debido la falta de límites y mecanismos que los acoten, se han transformado en *poderes facticos* que, de hecho y no de derecho, alcanzan un peso político y social muy importante para influir sobre la dirección del país. Incluso cuando estos *poderes facticos* 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.<sup>7</sup>

De esta manera, los medios de difusión colectivos han desplazado, de sus posiciones hegemónicas tradicionales, a partidos políticos, poderes públicos, iglesias, organismos culturales, células comunitarias, etcétera, para imponer los intereses monopólicos de las grandes empresas informativas en perjuicio de las instituciones y la democracia.

A diferencia de la primera generación de concesionarios de los medios colectivos de información electrónicos, que lo que crearon en el último cuarto del siglo XX fueron las *industrias culturales*<sup>8</sup> como empresas consolidadas, en la segunda y tercera generación

<sup>6</sup> *Ibid.*, p. 192.

<sup>7</sup> *Ibid.*, pp. 192-193.

<sup>8</sup> La idea de industrias culturales, acuñada por Walter Benjamin, Adorno y Horkheimer, surgió de forma tardía como un concepto que buscaba designar a 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. Dicha categoría analítica supera la denominación de medios masivos de comunicación

de ejecutivos, conformada por los hijos y los nietos de los fundadores, que heredaron a finales del siglo XX y principios del XXI los consorcios electrónicos ya maduros, éstos 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. Los canales de difusión electrónicos comerciales han dejado de ser simples medios tecnológicos de entretenimiento, información y diversión para convertirse 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.

#### **FUNCIONES SISTÉMICAS QUE EJERCEN LOS MEDIOS COMO PRIMER PODER IDEOLÓGICO**

El fenómeno de transformación y sustitución del Estado y de sus instituciones por el poder mediático que ha conquistado la *telecracia* o *mediocracia* en México, se ha dado de formas diferenciadas, según son los momentos de equilibrio o crisis por la que ha atravesado la evolución de la sociedad mexicana.

En un primer momento, en los periodos de equilibrio social –cuando un sistema político consolidado gobierna con suficiente hegemonía al resto de la sociedad–, los medios desempeñan las siguientes *siete funciones sistémicas* de transformación y reemplazo

---

que parece suponer la emisión simultánea de mensajes punto a masa (de un emisor a muchos receptores), pues este concepto 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 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 industrias diferentes de las restantes, llenas de particularidades destacadas sin cuya consideración toda estrategia pública o privada está 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 forma, dos características fundamentales de las industrias culturales es la significativa inversión de capitales y la división de trabajo consiguiente a toda industrialización. Cfr. Enrique Bustamante (coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Serie Multimedia, Fundación Alternativa, Gedisa, Barcelona, 2003, pp. 21-24.

tecnológico del Estado burocrático: prolongación tecnológica de la sociedad, adopción del modelo electrónico de comunicación comercial, construcción del nuevo capital cultural mediático, elaboración de la memoria colectiva, teledirección de la sociedad, creación de la *videovida* y sustitución de la intervención comunitaria para participar y decidir colectivamente.

Con el desempeño de estas tareas en los periodos de equilibrio social a principios del tercer milenio, los medios de información electrónicos comerciales se han convertido en fines de reproducción del poder y no en medios culturales de vinculación entre los hombres. Mediante la ejecución de estas siete funciones, se inició una silenciosa transformación y desplazamiento del Estado de su posición rectora, para delegar su centro de dirección a las nuevas fuerzas de la información mediáticas en rápida expansión. En cambio, en un segundo momento, en los periodos de crisis o de transición social, es decir, cuando el anterior sistema político que gobernaba con estabilidad entra en quiebre, perdiendo su hegemonía sobre el resto de la sociedad, éste es reemplazado por otro sistema y clase política. En esta etapa, los medios electrónicos además de continuar permanentemente con la práctica de los siete fenómenos anteriores, realizan las siguientes tres nuevas macro funciones extras para operar como *primer poder ideológico colectivo* y, desde allí, presionar al Estado y a otros organismos públicos: su desempeño como contrapesos político-ideológicos, la sustitución o reubicación de las instituciones más débiles y la presión mediática sobre el Estado y sus órganos de gobierno.

#### LA NUEVA CENTRALIDAD MEDIÁTICA DE LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

Pese a que el poder ideológico político de los medios tiene límites estructurales precisos, con la nueva reubicación estructural que han alcanzado dentro del sistema social a partir de los siete factores de posicionamiento global que han conquistado, su poder real superó la autoridad política ideológica del Estado y 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 los pueda acotar y dirigir. De esta forma, los medios –especialmente los 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, especialmente privado, para dirigir, controlar y subordinar a los individuos y a los grupos según 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, cada vez más, éste domine al poder político y no el poder político ordene al poder ideológico mediático.

A pesar de 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, históricamente comprobadas, para crear y cambiar las formas de pensar y actuar, y para imprimir fuertes direcciones sociales a los campos de conciencias de los mexicanos: su principal poder es virtual y mediático y de allí se derivan otras influencias económicas, políticas, mentales y espirituales sobre las comunidades. Dichas tendencias se generan a partir 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 públicos en sólo algunas realidades y no en otras, vía sus políticas de programación.

Con ello, de forma silenciosa construyen permanentemente una jerarquía del conocimiento de la realidad, de los valores, de la política, de la cultura, de la historia y de la vida que se convierte en un marco fundamental de referencia y de acción que articula 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, de lo que existe o no existe, de lo que es bueno o es malo, de lo que hay que recordar o hay que olvidar, de lo que es importante o no, de lo que es verdad o es mentira, de lo que es visible o invisible, de lo que son valores o antivalores, de lo que es la opinión pública o de lo que no es, de lo que es virtuoso o no, de lo que hay que hablar o hay que silenciar, de lo que hay que admirar o rechazar, de lo que es el éxito o el fracaso, etcétera– se elabora, cada vez más, especialmente en las grandes ciudades, desde los medios colectivos de difusión.

El peso de los canales de información masiva es tan acentuado sobre la conformación mental de la sociedad, que podemos decir que la realidad no son los medios de información, pero contribuyen sustancialmente a construir la realidad central que reconoce la mayoría de la población. No son la política, pero hoy día no se puede hacer política sin la acción persuasiva de los sistemas de información colectivos. No son los partidos pero producen el mayor caudillismo electrónico que toda la capacidad proselitista directa que realizan las organizaciones políticas. No son el aparato jurídico, pero hoy

La realidad no son los medios de información, pero contribuyen sustancialmente a construir la realidad central que reconoce la mayoría de la población.

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.<sup>9</sup> 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 de la sociedad mediante la programación de los medios. No son el pensamiento, pero nos dicen sobre qué pensar y cómo pensar. No son la oralidad, pero cada vez más han sustituido el diálogo familiar, vía los nuevos lenguajes televisivos. No son la única fuerza de modelación social, pero ellos nos orientan mentalmente para ver fundamentalmente hacia el norte y no hacia el sur del continente. No son los sentimientos, pero en la actualidad el campo emocional de los grandes grupos se mueve al ritmo de la

El poder de los medios es tal que se han convertido en los *nuevos príncipes del Estado moderno* que definen lo que existe y lo que no existe y la forma como subsiste.

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 cotidiana del recuerdo social 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, etcétera. En pocas palabras, son como el oxígeno, no lo son todo, pero sin la presencia de éste no puede existir la vida.

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

Con la enorme concentración histórica de fuerza que ha conquistado el mega *poder mediático*, los demás poderes menores o disminuidos le rinden tributo y aceptan la imposición de sus reglas y permiten que los primeros se posicionen como los nuevos administradores y usufructuarios de las principales tensiones, conflictos o contradicciones sociales de los otros poderes en el país, especialmente en coyunturas de vacío

<sup>9</sup> María Scherer Ibarra, "Telearquía", *Proceso*, núm. 1427, México, 27 de marzo de 2004, p. 23.

político.<sup>10</sup> Así, los proyectos de persona, trabajo, valores, cultura, ciudadanía, patria, nación, desarrollo, planeta, en pocas palabras, de la vida, son diseñados y realizados desde los intereses y 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 principio del siglo XXI, se incrementan las tensiones existentes 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 jurídica y la desregulación, los poderes públicos del Estado y las Cámaras de la Industria de la Radiodifusión, etcétera, abriendo paso al proyecto de desarrollo desigual y de comunicación salvaje.

El poder de dirección ideológica ya no radica en el gobierno, ni en los partidos políticos, ni en el Estado, sino que dichas instituciones han sido rebasadas para ubicarse ahora el poder mediático en la fuerza virtual de los medios de difusión electrónicos, particularmente privado-comerciales. Frente a esta realidad se puede decir –como escenario futuro– que a mayor desintegración y fragmentación de los poderes públicos tradicionales y consolidación de los poderes mediáticos cohesionados en sólidas estructuras monopólicas privadas, de mediano y largo plazo, el poder 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, funciones que serán progresivamente ejercidas conforme a los intereses y planes de los mega consocios mediáticos particulares. Con ello se fortalece la concepción y práctica del *Estado cero* que sostiene que es menos necesaria la presencia rectora y planificadora del Estado-nación para dirigir a la sociedad, y que el proyecto de comunicación y de operación de la comunidad puede funcionar eficiente y suficientemente bien sólo con los procesos de autorregulación informativa de los monopolios mediáticos, que introduce la *mano invisible* de la dinámica de la comunicación mercado, sin necesidad de la acción de las directrices rectoras y planificadoras del gobierno.

El poder de dirección ideológica ya no radica en el gobierno, ni en los partidos políticos, ni en el Estado, sino que dichas instituciones han sido rebasadas para ubicarse ahora el poder mediático en la fuerza virtual de los medios de difusión electrónicos.

Considerando que el ejercicio del poder social nunca desaparece, sólo se reacomoda, desplaza o traslada de un lugar a otro, según son las fuerzas o debilidades de los actores

<sup>10</sup> Virgilio Caballero, “Los medios en el lodazal: ¿el poder del poder?”, en revista *Los Periodistas*, Fraternidad de Reporteros de México, México, abril de 2004, p. 36.

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 1 de julio de 2000, se desmanteló en México el viejo modelo corporativo burocrático del Estado que construyó el PRI durante más de 70 años y se movieron las viejas estructuras de orden, subordinación y control, para dar paso a la apertura social y a la transición política a la democracia. 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 que gradualmente fueron ocupados por los medios de información para conducir a la sociedad.<sup>11</sup>

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 una autoridad impune. Condiciona, impone, reglamenta, elimina impuestos, orienta y hasta *informa* a la sociedad acerca de las políticas de comunicación. Antes negociaban, hoy parecen estar por encima de ello, ya no lo requieren, se impone al poder del gobierno, quien parece estar a su disposición. Antes, las televisoras estaban al servicio del presidente, ahora el presidente, sus funcionarios y sus instituciones está al servicio de las televisoras.<sup>12</sup>

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 sustituyen 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.<sup>13</sup>

<sup>11</sup> Javier Corral Jurado, "Mediocracia sin mediaciones", Columna Rotafolio, *El Universal*, 20 de enero de 2003.

<sup>12</sup> Javier Corral Jurado, "Pluralidad Acceso y Competencia", *Cuarta Conferencia Internacional: los medios electrónicos en el marco de la Reforma del Estado en México*, VIII Legislatura, Cámara de Diputados, Universidad Iberoamericana, Fundación Konrad Adenauer, Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Universidad Autónoma Metropolitana, Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), México, 27 al 29 de mayo de 2002, versión estenográfica, página 19, <http://www.cddhcu.gob.mx/servddd/verses/2ano/comisiones/rtc-3.htm>.

<sup>13</sup> "Todo el poder", *Proceso*, núm. 1433, Revista de Información y Análisis, México, 18 de abril de 2004, p. 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, éstos, especialmente la televisión, unifican criterios, atropellan con cinismo, informan con estrechez, dando la espalda a la pluralidad, practican el escándalo como política informativa, traicionando 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.<sup>14</sup>

Dentro de este marco de impunidad legal la hegemonía mediática de los medios 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?<sup>15</sup>

La centralidad estructural de dicha nueva fuerza mediática se demuestra que ya es reconocida públicamente por la mayoría de los sectores latinoamericanos cuando el *Informe para la democracia en América Latina* y el *Latinobarómetro* revelaron en mayo de 2002 que “65.2 por ciento de la población opina que el poder lo ejercen los medios de comunicación, y sólo 36.4 por ciento piensa que se ejerce a través de los poderes constitucionales, en la siguiente proporción: 36 por ciento a través del Poder Ejecutivo, 12.8 por ciento a través del Poder Legislativo y 8.5 por ciento a través del Poder Judicial”.<sup>16</sup>

Así, uno de los signos de los tiempos en México al inicio del siglo XXI es la descolocación creciente de la centralidad de las instituciones tradicionales del Estado mexicano y de lo público, con su correspondiente disminución o pérdida de fuerza, para ser remplazadas ahora por la acción de las grandes redes tecnológicas del poder mediático desarrolladas y perfeccionadas. Con ello, le ha sido arrebatada al Estado la creación del consenso cotidiano y la dirección ideológico-política de la sociedad para

<sup>14</sup> Javier Corral Jurado, “Encendida discusión”, *El Universal*, México, 2 de noviembre de 2004.

<sup>15</sup> Citado por Raúl Trejo Delarbre de Fátima Fernández Christlieb, en *La responsabilidad de los medios de comunicación*, Paidós, México, 2002, pp. 124-125 y *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*, Cal y Arena, México, 2004, pp. 217 y 177.

<sup>16</sup> Javier Corral, “Encendida...”, *op. cit.*

concentrarse en el poder informativo y la cultura reencantadora que construyen diariamente las *industrias culturales*, especialmente electrónicas.

#### LA CONSTRUCCIÓN HISTÓRICA DE LA NUEVA CUARTA REPÚBLICA MEDIÁTICA

Con la existencia del nuevo espacio virtual mediático que construyeron las *industrias culturales* electrónicas, se modificaron las reglas y dinámicas tradicionales con las que nuestra sociedad antaño se articulaba, organizaba y participaba colectivamente. En este sentido se produjo un profundo cambio en la jerarquía de poderes y fuerzas que conforman el esqueleto del poder y de la movilización cotidiana de nuestra sociedad, donde los medios de difusión ahora son el centro del poder político, cultural, mental, emocional energético y espiritual cotidiano de la nuestra República: los medios se transformaron en los grandes sistemas nerviosos y cerebros colectivos que construyeron la nueva *plaza pública* y en los grandes cerebros colectivos que organizan y dirigen cotidianamente a la sociedad.

Así, reinterpretando la historia nacional de los últimos 200 años con la inclusión de la nueva variable mediática en el ámbito superestructural de la sociedad mexicana, encontramos que al concluir la Revolución Mexicana en 1921 se alcanzó el establecimiento de un nuevo pacto social colectivo con los acuerdos posrevolucionarios y se fundó la última República nacional que se conformó con el Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo y el Poder Judicial para crear un nuevo orden de fuerzas equilibradas con contrapesos institucionales que permitieron la convivencia social en concordia colectiva. En esa etapa, el poder ideológico no significó un problema o peligro para la estabilidad del Estado-nación porque la fuerza ideológica de la Iglesia ya estaba desmantelada con las reformas juaristas que desacralizaron el poder público y crearon una nueva realidad de gobierno laico. Con ello, la dirección ideológica de la sociedad mexicana se le arrebató a la Iglesia y pasó a manos del aparato educativo, los ateneos culturales, y otros organismos formadores mentales de la época que estaban modelados por las directrices que se establecían desde los tres poderes públicos que conformaban la estructura de la República mexicana: Ejecutivo, Legislativo y Judicial.

Sin embargo, con la introducción de las tecnologías electrónicas de información de masas en México –la radio en 1920 y la televisión en 1950–, el poder ideológico de las industrias culturales paulatinamente desbordó la esfera de control y de orientación del Estado tradicional. De esta manera, el moderno poder entró en una nueva fase de desarrollo vertiginoso que rápidamente rebasó los límites de los controles políticos y jurídicos convencionales creados por el Estado mexicano y se fue conformando paralelamente como un poder ideológico independiente que se enfrentó a los otros

tres poderes republicanos formales que constituyen al Estado nacional, e incluso en algunos casos los reformuló y en otros los sustituyó.

A partir de la expansión de la nueva realidad mediática, podemos decir que después de la Revolución Mexicana de 1910 la historia cultural y mental del siglo XX en México, particularmente en las ciudades, se dividió en dos periodos: antes y después de la existencia de los medios de información, particularmente electrónicos. Ello debido, a que a partir de la presencia de los canales de difusión colectivos, se introdujeron múltiples mediaciones tecnológicas y políticas culturales públicas en nuestro funcionamiento social que modificaron radicalmente nuestra forma de informar, recibir, escuchar, ver, conocer, sentir, pensar, desear, soñar, imaginar, decidir, actuar, organizarnos y proyectarnos comunitariamente en nuestro país.

Es a partir del momento histórico en que los medios ocuparon el lugar central en la conformación de la estructura del poder ideológico contemporáneo, que se constató que si a mediados del siglo XX el Estado mexicano estaba constituido por tres poderes formales que tuvieron su origen en las *Cartas Constitucionales de los Sentimientos de la Nación* de 1813, 1824 y 1857 y que posteriormente se concretaron en la Constitución de 1917, como fueron el Poder Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial; a principios del siglo XXI, en términos reales, el Estado mexicano ya está compuesto por cuatro poderes: los tres poderes formales tradicionales mencionados, y un reciente poder *fáctico*: el nuevo *poder mediático*. Este último, debido a sus nuevas y grandes capacidades tecnológico sociales, se convirtió silenciosamente y frente a nuestras narices en el *poder del poder*, que progresivamente subordinó y presionó al resto de los tres poderes constitucionales formales de nuestro Estado-nación para someterlos a su voluntad mediático-empresarial e imponer su proyecto de construcción de sociedad, de economía y de seres humanos.

Si la lucha por nuestra independencia nos dio la edificación de la *Primera República*, la realización de la reforma *juarista* aportó la cimentación de la *Segunda* y la Revolución Mexicana colocó los fundamentos de la *Tercera*,<sup>17</sup> ahora, con la consolidación del nuevo poder mediático, especialmente de 1960 en adelante, se conformó lentamente en nuestro país la *Cuarta República* que dio origen a la nueva *República mediática* en México en el siglo XXI con su respectiva mutación estatal y social. Es decir, si en 1813 José María Morelos y Pavón introdujo el espíritu de la *Primera República* con la expresión de *Los Sentimientos de la Nación* en el Congreso de Chilpancingo, Guerrero; si Agustín

<sup>17</sup> Jesús Emilio Martínez Álvarez, “Discurso de Posicionamiento del Partido Verde Ecologista de México (PVEM)”, *IV Informe de gobierno del presidente Vicente Fox Quesada*, Primer Periodo de Sesiones del Segundo Año de Ejercicio de la LIX Legislatura, Palacio Legislativo, México, 1 de septiembre de 2004, versión estenográfica, pp. 5-6.

de Iturbide proclamó el *Acta de Independencia* del imperio español en 1821, que cristalizó con la elaboración de la primera constitución del 5 de octubre de 1824, creando la *Segunda República Nacional*; el Congreso Federal prefiguró *La Constitución de las Siete Leyes* en 1836 que sirvieron de base para que en 1857 se jurara la Constitución Federal de los Estados Unidos Mexicanos que le dio el triunfo definitivo al sistema federal y congresional y, con ello, se fundó la *Tercera República*,<sup>18</sup> con el surgimiento de los medios de difusión colectivos en el siglo XX (la radio en la década de los veinte y la televisión en la década de los cincuenta) y la aplicación del marco jurídico flexible que les permitió su expansión monopólica, se consintió la súper concentración de un nuevo poder ideológico-informativo monopólico que fundó paulatinamente la nueva *Cuarta República mediática*, especialmente en las urbes. Dicha entidad creó culturalmente un país opuesto al de los anteriores espíritus constitucionales de nuestra historia nacional e incorporó una mentalidad unidimensional de la vida funcional para el proyecto de súper acumulación económica.

A diferencia de la fundación de las otras tres Repúblicas nacionales que contaron con fechas históricas precisas y ritos institucionales públicos muy notorios para su instalación, el surgimiento de la *Cuarta República mediática* en nuestro país no contó con una fecha precisa de consolidación, ni con actos públicos visibles para datar su inauguración; sino que se constituyó gradual, silenciosa y desapercibidamente dentro del tejido de hábitos y redes culturales de nuestra vida cotidiana a lo largo de la segunda mitad del siglo XX y alcanzó su afianzamiento maduro a principios del XXI. Se puede decir que su cristalización jurídica se logró parcialmente con la emisión de la *Ley Federal de Radio y Televisión de 1960*, su respectivo *Reglamento de 1973*, su posterior actualización el 10 de octubre de 2002 con la expedición del *Acuerdo presidencial sobre el manejo del 12.5% de los tiempos de Estado*, el nuevo *Reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión* y, finalmente, con la aprobación de la *Ley Televisa* el 31 de marzo de 2006 en el Congreso de la Unión, mediante los cuales se estableció el actual pacto social comunicativo unilateral, autoritario, vertical, monopólico y discrecional existente entre el Estado, los concesionarios y la sociedad.

Si en el terreno comunicativo la sociedad mexicana pasó de la declaración del espíritu de los *Sentimientos de la Nación* de 1800, que buscaban fundar la nueva República Federal para darnos un nuevo orden civilizatorio superior a nivel nacional, con el

<sup>18</sup> *Nuestras Constituciones. Documentos mexicanos*, Museo Legislativo “Los Sentimientos de la Nación”, LVIII Legislatura, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México, 2000, 55 páginas y José María Morelos y Pavón, *Los Sentimientos de la Nación*, Documentos Para la Historia, LVIII Legislatura, Diario de Debates, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México, abril de 2001, 19 páginas.

reconocimiento de los nuevos derechos civiles y creación de modernas instituciones públicas, en la etapa del 2000 se pasó a la declaración de la pragmatidad de los *sentimientos del mercado autorregulado*, regidos por la *mano invisible* de la ley de la libre oferta y demanda informativa, que lo que pretenden es la consolidación del modelo de mercado como regla básica para vivir, relacionarnos, comunicarnos y ver la vida en comunidad. En el fondo, fue el triunfo histórico de la lógica de los monopolios del mercado autorregulado en el campo virtual por encima de la lógica planificada de dirección del Estado-nación en el terreno comunicativo.

En este sentido, las primeras tres Repúblicas Nacionales se gestaron por necesidades históricas consensuadas de la mayoría nacional para darle forma estructural equilibrada al proceso de gobernabilidad social en México y de maduración de diversos procesos históricos colectivos de participación socio-política que buscaron la creación de contrapesos a los poderes públicos para gobernar armónicamente en el país. En cambio, la *Cuarta República mediática* emergió por la introducción de la fuerte revolución tecnológica en el terreno comunicacional del país, por la formación de los monopolios de la comunicación electrónica, por la concentración de grandes cuotas de poder de las *industrias culturales* a nivel comunicativo, por la incapacidad del Estado mexicano de poner bajo un orden jurídico justo a los *poderes mediáticos salvajes*, finalmente, por la necesidad unilateral de la ampliación de los requerimientos del mercado, a escala ampliada, en la esfera ideológica de nuestra sociedad.

La creación de la *Cuarta República mediática* no es un avance democrático, sino la fuerte imposición de un nuevo poder  *fáctico*, “autorregulado”, e incluso salvaje, que compite en el campo de acción y de influencia de los otros tres poderes públicos.

A diferencia de la construcción de las otras tres Repúblicas anteriores que significó un avance democrático para darle forma y organización al funcionamiento colectivo de la sociedad mexicana, bajo la estructura de tres poderes federales diferenciados, autónomos y complementarios, la creación de la *Cuarta República mediática* no es un avance democrático, sino la fuerte imposición de un nuevo poder  *fáctico*, “autorregulado”, e incluso salvaje, que compite en el campo de acción y de influencia de los otros tres poderes públicos establecidos constitucionalmente. En este sentido, sin haber llegado a su etapa de maduración histórica la última Tercera República mexicana fundada al concluir el triunfo de la Revolución Mexicana –a principios del 2000 apenas se encuentra en la fase de construcción del federalismo nacional y del fortalecimiento real de la división efectiva de cada uno de los tres poderes de la Unión–, surge la *Cuarta mediática* que se caracteriza por organizar y dirigir ideológicamente al conjunto social

desde las industrias electrónicas y no desde los otros poderes públicos. Es decir, es un nuevo macro poder ideológico-político independiente que interviene significativa y crecientemente en la dinámica por la disputa de la estructuración, la conducción, el reparto y la explotación de la nación.

Mientras que durante el siglo XX el Estado mexicano 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, paradójicamente no pudo ver que el verdadero poder real que se construía y consolidaba abiertamente ya no residía en las viejas dinámicas de los movimientos sociales de oposición, sino que se gestaba alrededor del avance de la revolución tecnológica que introdujo la presencia del modelo comercial privado de la radio y la televisión en nuestro país. Así, paralelamente al tejido de poder corporativo que construyó durante más de 70 años el Partido Revolucionario Institucional (PRI) 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*.

Con la emergencia de la *Cuarta república mediática* en México a partir de la incorporación de los medios electrónicos de difusión colectivos en la estructura de conformación básica del Estado mexicano, éste se transformó sustancialmente para adquirir paulatinamente los rasgos de un Estado mediático que opera cotidianamente en la fase de la modernidad nacional. Así, el ejercicio ideológico político del poder cotidiano quedó mediado por la acción concreta del Estado mediático desde mediados del siglo XX en México.

Por todo lo anterior, a principios del siglo XXI el poder de los medios dejó de ser una variable de presión aislada e importante sobre el Estado mexicano y de reconducción anímica de la sociedad en general, para convertirse ahora en un poder *fáctico* que forma parte de la columna vertebral del poder para estructurar ideológica y políticamente de forma cotidiana a la sociedad mexicana, especialmente en las grandes ciudades. Dentro de esta perspectiva, entramos en la fase histórica de vivir bajo el imperio del nuevo poder informal de los medios de difusión colectivos, donde su *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 y rectoría, para imponer a la colectividad su proyecto de desarrollo social y de vida que fijan las exigencias del mercado desregulado.

A partir de la expansión y centralidad sustantiva que ha adquirido la fuerza del nuevo poder mediático en el México de principios del siglo XXI podemos afirmar que con las nuevas funciones y capacidades de imposición de fuerza y dirección que ejerce el poder mediático, 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, sino los conductores de televisión. Los verdaderos jueces ya no son los ministros elegidos por la Suprema Corte de Justicia, sino 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, sino las pantallas de televisión y los diales radiales, con sus respectivos currículos electrónicos. La verdadera legitimidad cotidiana ya no la construye el gobierno tradicional, sino que ahora la teje el consenso que generan los aparatos mediáticos, etcétera.

La falta de reconocimiento de esta realidad histórica elemental por los teóricos y autoridades del Estado mexicano, ha provocado que hoy conservemos una teoría política del Estado mexicano con rudimentarias categorías analíticas.

La falta de reconocimiento de esta realidad histórica elemental por los teóricos y autoridades del Estado mexicano, ha provocado que hoy conservemos una teoría política del Estado mexicano con rudimentarias categorías analíticas que al explicar la naturaleza ideológico-política del Estado contemporáneo, termina reflejando al viejo Estado del siglo XIX o cuando más al Estado de mediados del siglo XX, mismos que no existen más en el horizonte contemporáneo del país, pues a principios del siglo XXI las condiciones que lo conforman han evolucionado dando origen a una nueva realidad mediática que ha mutado la estructura del Estado moderno, y ahora dicha concepción teórica es incapaz de transparentar la existencia y propiedades del nuevo Estado virtual que actúa en la vida cotidiana en el México de inicios del tercer milenio.

Por ello, la consolidación creciente de este moderno *poder mediático* cuestiona o replantea la vieja concepción de estructuración tripartita del Estado mexicano del siglo XX y la evolución de la rotunda realidad mediática contemporánea nos obliga a reconsiderar necesariamente su entendimiento, su conformación, su definición jurídica, su centralidad, su fuerza, su legitimidad, su autoridad, sus acciones, su eficacia, sus prácticas, sus límites, sus transformaciones, etcétera, en pocas palabras, su esencia

histórica, para elaborar ahora una nueva teoría del Estado moderno mexicano a partir del reconocimiento de la presencia de la gran nueva fuerza mediática que lo atraviesa, lo recompone y lo redefine en el siglo XXI. Es decir, tenemos que 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-formal, sino que ahora es una nueva estructura híbrida mediático-institucional.

La presencia de esta nueva situación histórica nos enfrenta a un cuádruple desafío intelectual: primero, reconocer la presencia de un moderno proceso de transformación del Estado mexicano; segundo, aceptar que estamos en una nueva etapa de evolución del poder nacional; tercero, generar una nueva forma de definirlo o nombrarlo y, finalmente, cuarto, producir una nueva teoría conceptual para explicar y recolocar toda esta realidad dentro del universo de conocimientos de las ciencias sociales y humanidades.

#### FUTURAS TENDENCIAS EN LA REPRODUCCIÓN DEL PODER MEDIÁTICO

La nueva tendencia de los medios electrónicos por debilitar, desplazar o sustituir al Estado-nación República y a crear el modelo de gobernabilidad de la *Cuarta República mediática* en el campo del poder, en el futuro será crecientemente reforzada en México por las siguientes cuatro realidades nacionales: primero, por el desmoronamiento creciente 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. Segundo, por la anulación o 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*, denominada *Ley Televisa*, 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. Tercero, por el arribo del fenómeno de la convergencia tecnológica que transformará de manera superlativa la actual estructura concentradora del espacio radioeléctrico, al pasar de su funcionamiento analógico al digital, permitiendo la formación de nuevos mega oligopolios de la radiodifusión superiores a los monopolios que actualmente existen en el país, prevaleciendo, con ello, el mismo modelo concentrador de comunicación que hoy tenemos (duopólico en la televisión y oligopólico en la radio), pero a escala súper amplificada. Y cuarto, 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 jurídica del gobierno que ofrecerá servicios de audio y televisión, alta definición, audio *sound around* en seis canales, datos, telefonía, internet,

fax, voz, interactividad, fotos, etcétera, con sus respectivos fenómenos paralelos de reestructuración y hasta desplazamiento político del Estado. Un ejemplo de este avance se comprobó claramente el 11 de septiembre de 2005 con la votación electrónica interna para elegir candidato a la Presidencia de la República del Partido Acción Nacional (PAN), pues en el proceso de selección se dejó a un lado la discusión y la presentación de plataformas ideológicas y propuestas y los militantes de todo el país votaron por la página web del partido para seleccionar a su ganador.

Con todo esto, se fortalecerá sustantivamente el esquema de gobernabilidad de la *Cuarta República mediática* en el país por sobre el modelo de gobierno de la República nacional con sus tres poderes públicos tradicionales. Progresivamente se refuerza 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, y 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 República para la sobrevivencia colectiva que la comunidad civil ha creado en los últimos 200 años de la historia de México, con un altísimo esfuerzo y costo humano sangriento.

No reconocer la existencia del Estado mediático en México con la presencia de su *Cuarta República mediática*, no es un problema de preferencias ideológicas, o de egos de las ciencias sociales, o de simples discusiones teóricas ociosas entre especialistas intelectuales, sino es el rechazo por el sector político dirigente del país de una realidad elemental que implica una profunda transformación del poder contemporáneo y cuyo desconocimiento provoca las siguientes consecuencias globales:

1. Es no tener ojos para aceptar las transformaciones históricas estructurales básicas que ha sufrido el Estado-nación mexicano con la presencia y operación desregulada de las tecnologías de información electrónicas en la segunda mitad del siglo XX y comienzos del nuevo milenio en nuestro territorio.
2. Es seguir funcionando con una ilusión infantil que piensa que la rectoría ideológica cotidiana de la nación hoy sigue siendo producida por los tres poderes formales tradicionales creados durante los siglos XIX y XX, y no compartido, redibujado, disputado o sustituido por los nuevos poderes mediáticos que han emergidos en nuestro territorio.
3. Es permitir que los poderes públicos formales del Estado-nación sigan siendo afectados, desplazados y transformados por el nuevo gran poder mediático y no se construyan las acciones jurídicas de contrapesos equilibradores que los ubiquen

como fuerzas normadas por los pactos constitucionales que históricamente ha generado el interés de la mayoría nacional a lo largo de muchas décadas.

4. Es seguir aceptando que la sociedad mexicana sea dirigida por otro proyecto mental de comunicación mercado *autorregulado* e incluso salvaje, ajeno al que formulan los acuerdos básicos de la Constitución Política de la República Nacional y por las necesidades del desarrollo autosustentable que requiere la sobrevivencia de la sociedad mexicana en el siglo XXI.

Finalmente, con la existencia de este corrimiento mediático-institucional, se comprueba que en términos comunicativos la sociedad mexicana de principios del milenio está viviendo una transición política, pero no es el cambio a la democracia pacífica, sino es la transición donde el poder de los medios está reconfigurando y, en ocasiones, hasta sustituyendo o desplazando las funciones ideológico-políticas del Estado-nación, de los órganos de gobierno, de las instituciones públicas y de cualquier otro poder constitucional establecido, por la imposición de la acción, la dinámica, los contenidos y el modelo comunicativo de los canales electrónicos de información colectivos. Es la transición a la *telecracia* mediática y no a la democracia participativa que requiere la estabilidad elemental del México moderno del siglo XXI.

Por esta razón, al principio del nuevo milenio la sociedad mexicana y los Poderes Públicos de la República, especialmente el 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 despótico-autoritaria de los oligopolios comunicativos privados que se han formado en nuestro país o aceptar caminar hacia un proyecto de sociedad dirigido por el cerebro de un moderno *Estado-nación ciudadano* para la sobrevivencia colectiva, reformado por la creación de un nuevo consenso y pacto nacional jurídico tripartita de equilibrio entre medios, Estado y sociedad.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y HEMEROGRÁFICAS

- Bustamante, Enrique (coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Gedisa, Barcelona, 2003.
- Caballero Pedraza, Virgilio Dante, "Los medios en el lodazal: ¿el Poder del Poder?", revista *Los Periodistas*, Fraternidad de Reporteros de México, México, abril de 2004.
- Corral Jurado, Javier, "Pluralidad, acceso y competencia", V Conferencia Internacional *Los medios electrónicos en el marco de la reforma del Estado en México*, VIII Legislatura, Cámara de Diputados, Universidad Iberoamericana, Fundación Konrad Adenauer, Organización de las Naciones Unidas

- para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Universidad Autónoma Metropolitana, Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), Palacio Legislativo, Ciudad de México, del 27 al 29 de mayo de 2002, versión estenográfica, p. 19, <http://www.cddhcu.gob.mx/servddd/versest/2ano/comisiones/rtc-3.htm>.
- , “Encendida discusión”, *El Universal*, México, noviembre de 2004.
- Florescano, Enrique, *Etnia, Estado y Nación, Ensayo sobre las identidades colectivas en México*, Colección Pasado y Presente, Taurus, México, 2003.
- , *Memoria mexicana*, Colección Pasado y Presente, Taurus, México, 2001.
- Martínez Álvarez, Jesús Emilio, “Discurso de posicionamiento del Partido Verde Ecologista de México (PVEM), IV Informe de gobierno del presidente Vicente Fox Quesada, Primer Periodo de Sesiones del Segundo Año de Ejercicio de la LIX Legislatura, Palacio Legislativo, México, 1 de septiembre de 2004, versión estenográfica.
- Monteforte Toledo, Mario, “Las Ideologías”, en *Literatura, ideología y lenguaje*, México, Grijalbo, Colección Teoría y Praxis, núm. 28, México, 1976.
- Morelos y Pavón, José María, *Los Sentimientos de la Nación*, Documentos para la historia, LVIII Legislatura, Diario de Debates, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México, abril de 2001.
- Nuestras Constituciones. Documentos Mexicanos, Museo Legislativo “Los Sentimientos de la Nación”, LVIII Legislatura, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México, 2000.
- Orozco Gómez, Guillermo, “Cuando los modelos y las categorías ya no alcanzan”, *Comunicación y Sociedad*, núm. 3, Nueva Época, Departamento de Estudios de la Comunicación, Universidad de Guadalajara, enero-junio, 2005.
- Poulantzas, Nico, *Fascismo y dictadura*, Siglo XXI, México, 1971.
- , *Las crisis de las dictaduras: Portugal, Grecia y España*, Siglo XXI, México, 1976.
- Revilla Basurto, Mario A., “Comunicación y reproducción social: la estrategia conservadora”, *Razón y Palabra*, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Estado de México, julio de 1977, <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logo>.
- Scherer Ibarra, María, “Telearquía”, *Proceso*, núm. 1427, México, 27 de marzo de 2004.
- Trejo Delarbre, Raúl, *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*, Cal y Arena, México, 2004.