

EL GOBIERNO DE TRANSICIÓN COMUNICATIVA y los *otros medios públicos**

Javier Esteinou Madrid

Al final del gobierno del presidente Vicente Fox Quezada en el periodo 2000-2006 su compromiso central como Poder Ejecutivo para realizar la transición democrática en el terreno de la comunicación social, no se cumplió. Es más, se puede afirmar que en esta etapa de seis años de gobierno, no únicamente no se alcanzó este objetivo básico para la gobernabilidad pacífica de nuestra comunidad, sino que al contrario, se conquistaron diversos fines totalmente opuestos a la apertura, pluralidad, transparencia y participación cultural al permitir que durante su gestión gubernamental se consolidaran, entre otras, las siguientes trece macro tendencias comunicativas en el país:

1. La negociación de los marcos jurídicos para la radiodifusión nacional se continuó resolviendo con las prácticas de la vieja escuela política viciada, donde sólo participó unilateralmente el gobierno y los concesionarios dominantes para definirlos, y se marginó a

* En torno al libro de Carmen Patricia Ortega Ramírez, *La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública*, UAM-Xochimilco/Etcétera, México, 2006.

la sociedad como sujeto central para crear los acuerdos de consenso en el terreno de la comunicación colectiva. Los casos excepcionales donde la sociedad fue invitada como actor principal, en última instancia, siempre terminaron en grotescas simulaciones, pues ninguno de sus planteamientos fueron rescatados.

2. Se privatizó gratuitamente el *espacio radioeléctrico* para convertirlo en una herramienta intensiva para la acumulación económica, a costa de lo que fuera, desconociendo que es un bien único, no renovable y patrimonio exclusivo de la nación.
3. Se acentuó la concentración de la propiedad de los medios de información colectivos en menos sectores plurales, hasta llegar a convertir a México en la nación con el mayor grado de concentración comunicativa del planeta.
4. Se concibió y trató a la radio y la televisión como meras herramientas de negocios altamente rentables, con reducidísima responsabilidad social.
5. Se reforzó con una estrategia altamente mercantil el contenido de la estructura de la legislación de la radio y la televisión para apoyar cínicamente al

- modelo duopólico de comunicación electrónica, conformado por Televisa y Televisión Azteca.
6. Se acentuó el debilitamiento creciente de la rectoría del Estado mexicano ante el fortalecimiento de los poderes fácticos mediáticos que impuso la mediocracia.
 7. Se privatizó y comercializó sin límites el nuevo espacio público mediático creado por las industrias culturales electrónicas.
 8. Se acentuó la transformación de la naturaleza de la política en telepolítica, con sus respectivos *golpes de Estado electrónicos* que realizó frecuentemente.
 9. Frente a las elecciones presidenciales del 2 de julio del 2006, se instrumentó desde el Poder Ejecutivo una *elección mediática de Estado* para respaldar al candidato conservador del Partido Acción Nacional (PAN).
 10. Se limitaron las facultades reales de nuevo presidente de la República y de los diputados y senadores del Congreso, al fijar previamente a su elección fuertes condiciones de subordinación política o candados de fuerza para quedar sometidos al poder mediático creciente.
 11. No se reconocieron los derechos comunicativos elementales de los ciudadanos, demandados durante más de 5 décadas y respaldados por diversas instituciones internacionales como la Organización de Naciones Unidas (ONU), la Organización de Estados Americanos (OEA) y la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH).
 12. Se operó la sistemática persecución militar y policiaca de los medios de comunicación comunitarios o de aquellos que por no haber sido reconocidos oficialmente por el Estado autoritario, se les denominó “estaciones piratas”.
 13. Y finalmente, se abandonó y debilitó notoriamente a los medios públicos que con aprobación de la nueva normatividad jurídica oligopólica para la radio y televisión quedaron impedidos para tener su propio estatuto jurídico como medios de Estado de servicio público; permanecieron desplazados para poder ofrecer servicios adicionales de telecomunicaciones e impulsar la cultura; y fueron impedidos de autofinanciarse lícitamente a partir de la venta de sus servicios y productos informativos.
- Con el reforzamiento de estas 13 mega dinámicas mediáticas nacionales, se comprobó que en términos comunicativos la sociedad mexicana de principios del nuevo siglo, sí vivió en estos 6 años de nuevo gobierno una transición política; pero no fue el cambio a la democracia pacífica que demandó enfáticamente realizar la comunidad nacional a partir del 2 de julio del 2000, sino fue la transición donde el poder de los medios está reconfigurando, y hasta substituyendo o desplazando, las funciones rectoras del Estado nación, de los órganos de go-

bierno, de las instituciones públicas y de cualquier otro poder constitucional establecido que se opone al avance de los monopolios en el campo de la nueva *Sociedad de la información* en el país. Fue la transición nacional a la *Telecracia mediática*, y no a la democracia participativa que requiere la estabilidad elemental del México contemporáneo golpeado, resentido, roto, dividido y enfrentado a principios del siglo XXI.

De esta forma, con la aprobación de la contrarreforma comunicativa en el Congreso de la Unión y la expansión de sus 13 súper desviaciones comunicativas, la sociedad mexicana continuará teniendo para las próximas décadas el mismo viejo modelo de comunicación decadente autoritario, vertical, monopólico, discrecional, unilateral, amoral, concentrador, elitista, desinformador, frívolo, calumniador, anti ciudadano, parasitario, etcétera, que dominó en los últimos 45 años en el país, y que contribuyó a crear la tremenda decadencia mental, emocional, psíquica y espiritual de nuestra sociedad, colaborando a generar las fuertes crisis políticas de años anteriores. Sin embargo, asombrosamente dicho modelo resucitado por la “modernidad democrática”, ahora aparece ante la opinión pública disfrazado o maquillado como “moderno”, “convergente”, “digitalizado”, “reconvertido”, “competitivo”, “neo regulado”, “tecnificado”, “avanzado”, “actualizado”, “eficaz”, “no concentrador”, “transparente” y con “certidumbre jurídica”.

Mediante ello, se evidenció que en el terreno de la comunicación social en el México del siglo XXI no existe voluntad de cambio en la cúpula del poder político, pues ésta permitió que se regresara al antiguo esquema de comunicación excluyente practicado por el decadente régimen político anterior que permaneció 70 años en el poder, y en el que la sociedad no quedó representada para crear otro modelo de comunicación colectivo que nos permita existir equilibradamente; sino que se continuó privilegiando el prototipo de comunicación de mercado incontrolado, generador colectivo de la bárbara mentalidad salvaje, con su correspondiente deterioro cultural y espiritual. Así, la esfera comunicativa del tercer milenio mexicano nació con el viejo espíritu opaco y cerrado del arcaico sistema de comunicación mercantil que dominó la segunda mitad del siglo XX en México, y sin la existencia de un nuevo modelo de comunicación plural, abierto, incluyente y ético para la sobrevivencia de nuestra sociedad.

Es por ello que en los tiempos de la atmósfera de la *“Ley Televisa”* que impusieron los grandes monopolios de la televisión y de la valiente respuesta histórica que ante ella interpuso una fracción responsable y ética del Senado de la República, mediante el *Recurso de Acción de Inconstitucionalidad* y que ambas caracterizan simbólicamente el final de este gobierno del “cambio” y el principio del tercer milenio cultural en el país, es muy importante la publicación del libro

de Carmen Patricia Ortega Ramírez denominado *La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública*, editado por la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco y la Editorial Etcétera. Dicha obra de investigación surge en el momento de una fuerte crisis de la política y del espacio público nacional, del recambio de los poderes federales y estatales, de la acumulación de un enorme sentimiento de malestar grupal por la falta de respuesta eficiente de las instituciones del gobierno, y el debilitamiento creciente de la participación plural en la plaza pública colectiva; y su sistemática y oportuna estructura de sólidos contenidos aportan diversas reflexiones muy valiosas para comprender la naturaleza y la función de los medios de comunicación de Estado en México, para construir el urgente nuevo modelo de comunicación colectivo y la cultura de lo público que permitan el avance de la democracia en nuestra República.

Es decir, este esfuerzo intelectual cobra especial valor en esta fase del cambio político nacional, pues ahora, más que

nunca, se requiere realizar un trabajo de reflexión muy comprometido con nuestro presente comunicativo, que permita que el quehacer de la investigación y de la acción de la verdadera política colaboren a refundar y reposicionar culturalmente a nuestra nación en el mapa de la democracia comunicativa del siglo XXI.

De lo contrario, continuaremos teniendo para los próximos sexenios de gobierno del nuevo milenio más *cultura salvaje*, con su respectivo triunfo de la *cultura idiota* que se opone frontalmente a la construcción de la democracia en México, y no la creación de una cultura y comunicación sustentables que nos permitan coexistir armónicamente en nuestra república en el siglo XXI.

La visión de esta contribución académica sobre los medios públicos apoya esta nueva perspectiva de transformación comunicacional en nuestro país y nos aporta un enfoque alternativo para comprender la función de los canales de Estado en el nuevo México que se tiene que construir en el actual milenio.