



## Medios de información electrónicos, mediaciones sociales y transformación del Estado en México

### Electronic Information Media, Social Mediations and the Transformation of the State in Mexico

Javier Esteinou Madrid<sup>(\*)</sup>

Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco - México

[jesteinou@gmail.com](mailto:jesteinou@gmail.com)

---

#### **Resumen**

Debido a la concentración histórica de las enormes capacidades tecnológicas, empresariales y políticas que conquistaron los medios electrónicos de difusión colectivos, particularmente comerciales, como mediadores tecnológicos de las relaciones sociales, durante la segunda mitad del siglo XX y principios del siglo XXI en México; estos paulatinamente se convirtieron en el Primer Poder Ideológico de la sociedad contemporánea. Con ello, gradual y silenciosamente desplazaron al Estado Nación mexicano de su función rectora de la sociedad, particularmente cultural. Así, surgió la IV República Mediática que se caracteriza por ser el fenómeno histórico de transformación estructural del esqueleto y el proceso tradicional de la gobernabilidad nacional, que se generó por la introduc-

#### **Abstract**

Due to the historic concentration of the huge technological, business, and political capacities which conquered the electronic media -especially the commercial medias technological mediators of the social relations in Mexico during the second half of the 20th century and the beginning of the 21st century, these have become the First Ideological Power of today's society. The media have gradually displaced the Mexican Nation-State's guiding of society, especially with regards to culture. In this way, the 4th Media Republic appeared as a historical phenomenon which structurally transformed the skeleton and the traditional process of national governability because of the introduction of media power as a fourth force in the structuring of the contemporary Nation-State. That is why

*ción del poder mediático como una cuarta fuerza en la estructuración del Estado nación contemporáneo. Por ello, la necesidad urgente de que al principio del nuevo siglo, la sociedad mexicana y los Poderes Públicos de la República, construyan un nuevo pacto nacional jurídico de equilibrio entre medios, Estado y sociedad para la sobrevivencia colectiva del conjunto nacional y no solo para la expansión salvaje del capital en el terreno de la comunicación.*

**Palabras clave:** *mediación comunicativa, IV República Mediática, espacio público, Estado ampliado, televisión, reconfiguración del Estado.*

*there is an urgent need for the Mexican society and the Public Powers of the Republic to establish a new legal national pact which assures a balance between the media, the State, and society that allows the collective survival of the nation as a whole, and not only the savage expansion of capital in the communications area.*

**Keywords:** *communicative mediation, 4th Media Republic, public space, extended State, television, reconfiguration of the State.*

---

## 1. MEDIACIONES COMUNICATIVAS Y TRANSFORMACIÓN DE LA CENTRALIDAD IDEOLÓGICA

Debido a las nuevas capacidades tecnológico materiales que durante el siglo XX y principios del siglo XXI conquistaron los medios de información colectivos, especialmente los electrónicos y a las transformaciones urbano políticas que se dieron; éstos aumentaron sustantivamente su eficacia de transmisión informativa y de persuasión extensa sobre los auditorios y se convirtieron en el centro del poder ideológico y político contemporáneo de nuestra nación. En este sentido, de haber sido instrumentos de difusión relevantes en 1960 en México, de transformarse en instituciones importantes de socialización en 1970 y de convertirse en el *cuarto poder* político a partir de 1980, como corresponsables del poder; a principios del 2000 se transformaron en el vértice del poder actual. Es decir, ya no solo son simples instituciones importantes de información o el *cuarto poder*, sino que ahora se han convertido en el *Primer Poder Ideológico*<sup>1</sup> que existe en nuestra sociedad.

Así, los tiempos de los medios electrónicos como cuarto poder en el México del siglo XX ya concluyeron, y ahora en el siglo XXI ha surgido la época de las industrias electrónicas como *Primer Poder Ideológico* con sus respectivas consecuencias político, sociales, culturales, energéticas y espirituales.

Esta nueva ubicación histórica de los medios electrónicos de información en la jerarquía de fuerzas que dirigen a la sociedad contemporánea, no se conquistó por voluntarismos, caprichos, situaciones casuales o juegos de retórica del poder establecido, sino por las profundas transformaciones estructurales materiales que éstos sufrieron de forma silenciosa como mediadores tecnológicos<sup>2</sup> en la fase de la modernidad y por los factores extra comunicativos complementarios que surgieron a nivel mental cotidiano en el contexto histórico de nuestra sociedad actual. Dichas grandes transformaciones que se dieron en las últimas décadas al interior del esqueleto de nuestra sociedad, fueron las 9 siguientes: la gran revolución

---

<sup>1</sup> Por “Primer Poder Ideológico” entendemos la principal fuerza cultural que fija, tanto en los momentos de hegemonía como en los de crisis social, la dirección ideológica de los valores, principios, creencias imaginarios, cosmovisiones, sentidos, etc. de los individuos y comunidades de las sociedades contemporáneas en la etapa de la modernidad occidental. Para ampliar este concepto analizar Esteinou Madrid (2000).

<sup>2</sup> Para ampliar el conocimiento de este fenómeno ver Martín Serrano (1985).

de la infraestructura tecnológica de los canales de comunicación; la modificación de realidades extracomunicativas en el seno de nuestras comunidades; el enorme poder tecnológico-cultural que los medios conquistaron sobre la sociedad; su organización en sectores empresariales eficientes; la existencia de una normatividad débil y anacrónica en el terreno comunicativo; el debilitamiento de la posición rectora del Estado en materia de comunicación; la fragilidad creciente del proyecto cultural nacional de la sociedad mexicana; la desintegración familiar, y finalmente, debido a su capacidad creciente para conquistar el tiempo libre y los imaginarios de la sociedad.

## **2. LA CONSOLIDACIÓN DE LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN COLECTIVOS COMO LOS PRINCIPALES MEDIADORES TECNOLÓGICOS**

Mediante el reforzamiento histórico de estos procesos tecnológicos y urbano sociales, los medios de difusión colectivos en México maduraron al grado de convertirse en los principales intermediarios técnicos de las relaciones sociales contemporáneas del país. De esta manera, se posicionaron centralmente como las instituciones contemporáneas 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 Serrano, 2004: 40).

Así, dichas mediaciones 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 Serrano, 2004: 56). De 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 Serrano, 2004: 56).

Las organizaciones estatales y privadas a quienes 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 perso-

nas. Comparten esta función social con otras instituciones socializadoras, tales como la Iglesia, la Escuela, la Familia, etc. (Martín Serrano, 2004: 141).

Sin embargo, aunque la *comunicación pública* eventualmente también es cauce informativo para los intercambios familiares, 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 Serrano, 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 Serrano, 2004: 89 y 90).

Dichos rasgos básicos son los que han adoptado los medios de información colectivos contemporáneos en la sociedad moderna nacional y se caracterizan por ser los 5 siguientes:

1º 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.

2º 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.

3º Los temas de los que cabe comunicar por un Sistema de comunicación institucional y el modo en que deben ser tratados están preescritos 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 'información de interés colectivo', versus 'información de interés particular', y 'tratamiento informativo propio de nuestras cosas' versus 'tratamiento comunicativo propios de las cosas ajenas' están en la raíz de su especialización comunicativa.

4º 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.

5º El Sistema tiene establecido quienes pueden intervenir como Comunicantes, en que ocasiones y a veces en que lugares, cuando la información concierne a temas que tienen reconocido su carácter de interés público" (Martín Serrano, 2004: 90 y 91).

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 gentes (Martín Serrano, 2004: 40). Así, la socialización que produce la *comunicación pública* se da a través de las narraciones que produce y difunde ésta, y pone en relación los sucesos que ocurren con los fines y con las creencias en cuya preservación están interesados determinados grupos sociales (Martín Serrano, 2004: 40).

De aquí, por una parte, el peso tan central que hoy día han alcanzado las *industrias culturales*, particularmente electrónicas, en el proceso de construcción psíquico, cultural y social del ser humano contemporáneo, especialmente en las en las mega urbes nacionales; y por otra, el lugar estructural tan estratégico que han conquistado en los procesos cotidianos de reproducción económica, política, cultural y espiritual de las comunidades humanas en nuestro país.

### 3. LA TRANSFORMACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO

Con la conquista de sus nuevas propiedades y fenómenos socio tecnológico político materiales, los medios electrónicos de información se transformaron en las extensiones del hombre y de las instituciones, y en consecuencia, construyeron una nueva zona de acción social: el espacio virtual. En este sentido, la emergencia de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías de información en México, no sólo representó la maduración del modelo de la *Sociedad de la Información* y la radical trans-

formación de las superestructuras culturales de nuestras comunidades; sino que básicamente, el fenómeno más relevante que produjo, fue la expansión intensiva de la dimensión ideológica de la sociedad mexicana a una esfera más amplia y versátil. Esto es, en términos generales, con la presencia de los canales de difusión la sociedad mexicana en su conjunto sufrió una gran dilatación cultural, desde el momento en que las instituciones, los grupos o los individuos pudieron extender a distancia la realización de sus tareas o funciones específicas tradicionales, a través de las tecnologías de información y comunicación<sup>3</sup>.

Así, el espacio público comprendido como el territorio libre, abierto y autónomo donde participan los individuos, los grupos y las instituciones de acuerdo a sus intereses y necesidades, para discutir y actuar sobre la *materia pública*; se transformó sustancialmente con la existencia de los medios de información originando nuevas esferas públicas, según fueron las características y el impacto social que produjo cada nueva tecnología de comunicación que emergió en nuestro territorio. En este espacio público se dan acciones privadas y acciones públicas. Las acciones privadas responden a intereses particulares, la mayor de las veces mercantiles y no están abiertas a la participación de todos los sectores, sino sólo a los que encajan con la lógica del mercado. Las acciones públicas son colectivas y están abiertas a todos los sectores para discutir las realidades y problemas de conjunto. En este sentido, la revolución tecnológica de los medios de información los convirtió en las herramientas básicas para construir lo *público* y actuar sobre la *cosa pública*<sup>4</sup>, con características mediáticas de un fuerte sello privado y comercial.

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

---

<sup>3</sup> Una concepción intuitiva pero también idealista sobre la forma como la sociedad se modifica con la presencia de las tecnologías informativas, la encontramos de manera embrionaria en el pensamiento de Marshall McLuhan (1979). Una Crítica moderada al pensamiento de McLuhan puede consultarse en Gianpiero 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, consultar MacBride (1985: 31-36).

<sup>4</sup> Por *cosa pública* se entiende los aspectos centrales puntuales que componen a la agenda 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, consultar Ortega Ramírez (2006: 21-47).

mexicano<sup>5</sup>. Dicho espacio se convirtió en una nueva franja de interacción social donde se produjeron fenómenos de ampliación y extensión de las personas, los grupos, las instituciones y del Estado dando origen en México a la *Sociedad Extensa Virtual*, es decir, a la sociedad que se prolonga a través del uso de las tecnologías de información, y vía éstas, ejecuta diversas funciones colectivas, incluso de carácter orgánico, para la reproducción de la misma.

#### 4. EL SURGIMIENTO DE LA SOCIEDAD EXTENSA Y DEL ESTADO AMPLIADO

Dentro de la sociedad extensa que construyen las *industrias culturales* electrónicas según son las características tecnológicas e ideológicas específicas de cada una de ellas, éstas ejercen gradualmente diversas funciones al interior de la estructura mental nacional, que se modifican paulatinamente, según es el modelo de intereses económicos, políticos, sociales, culturales y espirituales con que posteriormente operan en concreto cada medio de difusión en las etapas de estabilidad y de crisis social. Estas funciones las ejercen en el nivel de acción económico, social, político, cultural, psíquico y energético.

Cada una de éstas operaciones no se mantienen idénticas en los diversos canales de comunicación masivos, sino que varían según son las siguientes 3 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, electrónica; y la fase o coyuntura social en el que se aplican.

---

<sup>5</sup> Por Estado mexicano entendemos la estructura político institucional que surge después de la Revolución Mexicana de 1910 conformada por un acuerdo político entre grupos, personas, intereses económicos y etnias, compuesto por un territorio, un gobierno e instituciones de gobernabilidad encargadas de conservar y reproducir el poder en la sociedad moderna mediante la creación de consensos, recaudación de impuestos y la aplicación del monopolio legítimo de la fuerza o de aplicación de la violencia. Los poderes de dicho Estado están 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 actúan reconfigurando básicamente el nivel político, cultural e ideológico del mismo.



Con el ejercicio de estas nuevas funciones sociales, vía la acción de los medios de información colectivos, el Estado entendido como el conjunto de recursos institucionales, administrativos, jurídicos, ideológicos, educativos, etc. 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 nuestra sociedad. De esta forma, se creó, cada vez más, una sociedad mediática que produjo una nueva atmósfera cultural colectiva de naturaleza *virtual* o *comunicósfera* que ocasionó que el conjunto de las principales instituciones de gobernabilidad, ahora funcionen a distancia por intermediación de los canales de información, especialmente electrónicos y las nuevas tecnologías de información.

En este sentido, la casi totalidad de las instituciones tradicionales como 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, etc. buscan proyectarse y ampliarse vía los medios de información, asumiendo las reglas mediáticas que imponen estos, ya que lo que no aparece en los medios, muy difícilmente existe en la conciencia colectiva. De ésta manera, la mirada simbólica de los medios, elaborada a través de su estructura programática, es la que define y le da vida al reconocimiento masivo de la presencia o no de una realidad en la sociedad. Así, los medios electrónicos se convirtieron en el epicentro cultural, ideológico y espiritual de la sociedad mexicana de principios del nuevo milenio.

Con ampliación de la *sociedad extensa*, vía la acción de las tecnologías de información, el Estado experimentó una gran transformación al interior de su estructura y dinámica económica, política, social y cultural, pues las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realiza, entraron en una nueva fase de extensión geométrica que dio origen a una nueva faceta del poder: el moderno *Estado Ampliado*<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> El concepto del *Estado Ampliado* es una categoría analítica totalmente abandonada por la reflexión crítica de la comunicación europea y latinoamericana. La única disciplina que la ha retomado y desarrollado ha sido la Ciencia Política a través de la teoría de los aparatos de hegemonía, representada, especialmente, por los brillantes trabajos de Christine Buci-Glucksmann. Nuestro esfuerzo consiste en recuperar dicho arsenal teórico olvidado para enriquecerlo y expandirlo con las aportaciones que ha ofrecido la evolución material de los medios de comunicación y de las tecnologías de información sobre la trama de los aparatos de hegemonía tradicionales. Estamos convencidos que esta matriz teórica es una de las principales ve-

Por este motivo, el nacimiento de esta nueva zona del Estado Ampliado se encuentra en íntima correspondencia con la evolución y organización que adoptó cada nuevo sistema y proceso de comunicación que apareció en nuestro territorio: a mayor producción de máquinas culturales, mayor expansión del *Estado Ampliado*; y a menor desarrollo de las tecnologías de comunicación, menor ampliación del Estado extenso. Con ello, observamos que la emergencia y desarrollo de todo medio de difusión o tecnología de información en nuestro territorio, a mediano y largo plazo, provocó una nueva transformación o desdoblamiento del *Estado Ampliado* y de la sociedad; y adquirió las características que le son propias de cada uno de éstos apoyos tecnológicos en que se apoyó<sup>7</sup>.

La expansión gradual de esta realidad mediática reconfiguró el esqueleto, la dinámica y las fronteras del Estado mexicano y de la cultura nacional creando un nuevo tejido en la esfera del poder que generó al *Estado Mexicano Ampliado*. De esta forma, surgió el *Estado Mediático* que se caracteriza por ejecutar a distancia sus tradicionales funciones de dirección, educación y gobernabilidad, vía los medios de información como brazos o prótesis de expansión de sus capacidades de orden, administración, educación y de dirección. Así, con esta incorporación tecnológica observamos el surgimiento de nuevas políticas de difusión que dieron origen al tele deporte, la tele educación, la tele banca, la tele administración pública, la tele oración, la tele medicina, la tele venta, la tele diversión, la tele política, la teleguerra, la radio asistencia psíquico-emocional, la radio orientación vial, la radio iglesia, la radio orientación sexual, etc.

## 5. 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, como media-

---

tas y directrices conceptuales que nos permiten comprender las funciones y transformaciones que ejercen las tecnologías de comunicación dentro del actual ámbito del poder.

<sup>7</sup> Para revisar las transformaciones que ha experimentado el *Estado Ampliado* mexicano a lo largo de 4 fases históricas de evolución, consultar nuestros trabajos "Internet y la Transformación del Estado" (2005: 201-215) e "Internet y el *Estado Ampliado*" (2001: 56-62); y Caloca Carrasco (2003).

dores tecnológicos de las relaciones sociales, y a su modalidad de funcionamiento monopólico, durante la segunda mitad del siglo XX y principios del siglo XXI en México; estos paulatinamente se apoderaron 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>8</sup> de su función rectora de la sociedad, particularmente cultural. De esta forma, a través del uso concesionado del espectro radioeléctrico, que es un bien público y escaso, propiedad de la nación, explotado mayoritariamente por el sector empresarial de la comunicación, el Estado mexicano quedó atrapado en su propio concesionamiento del espacio público al sector comercial, al grado de estar ahora, política y culturalmente, sometido, arrinconado, coartado, devalorado 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 posicionaron, 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 éste 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, etc., 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 masas, con un

---

<sup>8</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. Para ver como creó el moderno Estado Nación mexicano, de la etapa Colonial a la etapa moderna, consultar Florescano (2001: 549-610; y 2003: 285-455).

uso habitualmente intensivo de nuevas tecnologías de comunicación, se impongan al resto de la sociedad (Trejo Delarbre, 2004: 22).

En éste sentido, 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 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 Delarbre, 2004: 21).

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 (Trejo Delarbre, 2004: 7 y 20). 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.

En éste sentido, debido a la falta de normatividades justas y de 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, convirtiéndose en poderes *fácticos* 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 sobretodo los coloca como macro poderes, con débiles límites, frágiles controles legales formales y 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 (Trejo Delarbre, 2004: 192).

Así, por la falta de límites y mecanismos que los acoten se han transformado en *poderes fácticos* que, de hecho y no de derecho, alcanzan un peso político y social muy importante para influir sobre la dirección del país. Incluso cuando éstos *poderes fácticos* 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 Delarbre, 2004: 192 y 193).

De ésta manera, a través 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, etc, de sus posiciones hegemónicas tradicionales, para imponer los intereses monopólicos de las grandes empresas informativas en perjuicio de las instituciones y la democracia. En éste sentido, 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.

## 6. 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 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* que produce efectos mecánicos, automáticos u omnipotentes sobre los individuos; o que existan reacciones mediáticas ya acabadas sobre los auditorios; o que producen consecuencias de cambio mágicos sobre los receptores; o que su efectividad de convencimiento depende solamente de las imágenes o datos que se transmiten y no de otros procesos sociales complementarios, etc.

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 para convertir en socialmente dominante cualquier mensaje o sentido transmitido por éstos y mecánicamente doblegar las conciencias y las acciones de todos los ciudadanos que son tocados por la infraestructura mediática de las *industrias culturales*. 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 Madrid, 1989: 37-39):

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

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

Tercero, cuando la gama de discurso que transmiten los medios encuentran las condiciones psicológicas favorables en los campos de con-

ciencia de los públicos, éstos son asimilados en un alto porcentaje y viceversa, destacando la tendencia de reforzar orientaciones previamente ya existentes en el seno de los individuos y las comunidades o crear nuevas si son necesarias.

### **7. 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 muy precisos, con la nueva reubicación estructural destacada que éstos han alcanzado dentro del sistema social a partir de los 9 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 o del interés común los pueda acotar y dirigir. De ésta 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 son los proyectos económicos y políticos que los determinan.

La supremacía de éste 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.

De ésta forma, no obstante que los medios de difusión no son instituciones omnipotentes para producir efectos automáticos sobre los auditores, gracias a las evolucionadas capacidades materiales que han alcanzado, poseen suficientes habilidades tecno-ideológicas efectivas, históricamente ya 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 aquí se derivan otras influencias económicas, políticas, mentales y espirituales sobre las comunidades. Dichas tendencias se generan a través de la práctica de la *agenda setting*, que es la capacidad informativa y pedagógica que despliegan los medios de información para 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 permanentemente construyen una jerarquía del conocimiento de la realidad, de los valores, de la política, de la cultura, de la historia y de la vida que se convierte en un marco fundamental de referencia y de acción que articula 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 éste sentido, la construcción o destrucción de la realidad masiva cotidiana, es decir, de lo que existe o no existe, de lo que es bueno o es malo, de lo que hay que recordar o hay que olvidar, de lo que es importante o no, de lo que es verdad o es mentira, de lo que es visible o invisible, de lo que son valores o antivalores, de lo que es la opinión pública o de lo que no es, de lo que es virtuoso o no, de lo que hay que hablar o hay que silenciar, de lo que hay que admirar o rechazar, de lo que es el éxito o el fracaso, etc., se elabora, cada vez más, especialmente en las grandes ciudades, desde los medios colectivos de difusión.

Así, el peso de los canales de información masiva es tan acentuado sobre la conformación mental de la sociedad que podemos decir que la realidad no son los medios de información, pero los medios 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 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 Ibarra, 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 de la sociedad a través de la programación de los medios. No son el pensamiento, pero nos dicen sobre que pensar y como pensar. No son la oralidad, pero cada vez más han substituido 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 programación de los medios. No son la moral, pero ellos indican que se puede tolerar y que se debe reprimir. No son la memoria del país, pero hoy día la agenda del recuerdo social cotidiana se construye progresivamente desde los medios de difusión de masas. No son la imaginación, pero son las instituciones con mayor capacidad simbólica para crear y reproducir los imaginarios sociales. No son la dinámica social, pero los conglomerados humanos se articulan o desarticulan a partir de la información que distribuyen los medios. No son la historia, pero ellos reconstruyen la historia central de las naciones, etc. En pocas palabras, son como el oxígeno, no lo son todo, pero sin la presencia de este no puede existir la vida.

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

De ésta manera, 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 político (Caballero Pedraza, 2004: 36). Así, los proyectos de persona, trabajo, valores, cultura, ciudadanía, patria, nación, desarrollo, Planeta, en pocas palabras, de la vida; cada vez más, 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 pode-

res públicos del Estado y las Cámaras de la Industria de la Radiodifusión; etc., abriendo paso al proyecto de desarrollo desigual y de comunicación salvaje.

De ésta forma, cada vez más 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. Así, el poder de los medios compite con el poder del Estado, y ésta subordina a los poderes constitucionales, para decidir quién participa vía los medios y quién no; quien habla en el espacio público y quién no; que mensajes se difunden y cuales no; quién es reconocido y quién no; que candidato político se apoya y cual no, que leyes se aceptan y cuales no; etc.

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, y éstas serán, progresivamente, ejercidas conforme a los intereses y planes de los mega consorcios mediáticos particulares. Con ello, se fortalece la concepción y práctica del *Estado Cero* que sostiene que, cada vez, 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.

En este sentido, considerando 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 1 de julio del 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 que existían 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 (Corral Jurado, 2003). De ésta 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 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” (Corral Jurado, 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” (sin autor, 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; éstos, especialmente la televisión, unifica criterios, atropella con cinismo, informa con estrechez dando la espalda a la pluralidad, practica el escándalo como política informativa traicionando su función social, aplica el mercantilismo vaciando a la política de contenidos, se burla de las instituciones y substituye a la democracia mediante un permiso que les otorgó el Estado para transmitir contenidos y no sólo para vender aire (Corral Jurado, 2004).

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 ésta 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” (Fernández Christlieb, 2002: 124 y 125).

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* reveló en mayo del 2002 que “el 65.2 % de la población opina que el poder lo ejercen los medios de comunicación, y sólo el 36.4 % piensa que se ejerce a través de los poderes constitucionales, en la siguiente proporción: el 36 % a través del Poder Ejecutivo, el 12.8 % a través del Poder Legislativo y 8.5 % a través del Poder Judicial” (Corral Jurado, 2004).

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 ahora ser remplazadas por los proyectos de desarrollo que se dan a través de la acción de las grandes redes tecnológicas del poder mediático, cada vez más, desarrolladas y perfeccionadas. Con ello, históricamente la creación del consenso cotidiano y de la dirección ideológico política de la sociedad le ha sido arrebatado al Estado para concentrarse en el poder informativo y la cultura reencantadora que construyen diariamente las *industrias culturales*, especialmente electrónicas.

## **8. DE LA III REPÚBLICA NACIONAL A LA IV REPÚBLICA MEDIÁTICA**

Con la existencia del nuevo espacio virtual mediático que construyeron las *industrias culturales* electrónicas a lo largo del siglo XX y principios del XXI se modificaron las reglas y dinámicas tradicionales con las que nuestra sociedad antaño se articulaba, organizaba y participaba colec-

tivamente. En este sentido, 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 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 constructores de la conciencia cotidiana que organiza y dirige cotidianamente a la sociedad.

De esta forma, los medios de información colectivos, especialmente los electrónicos, se convirtieron en instituciones estratégicas para conformar al Estado, a la República y a la sociedad mexicana. Esto es, a partir de la expansión de la nueva realidad mediática, es posible 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 períodos: 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 colectivamente múltiples mediaciones tecnológicas y culturales en nuestro funcionamiento social que modificaron radicalmente nuestra forma personal, grupal e institucional de informar, recibir, escuchar, ver, conocer, sentir, pensar, desear, soñar, imaginar, decidir, actuar, organizarnos y proyectarnos comunitariamente en nuestro país.

Dicha transformación fue tan sustancial, especialmente en cuanto a la modificación del esqueleto y la esencia del Estado nacional y del campo del *espacio público* en México, que reinterpretando la historia nacional de los últimos 200 años, se puede afirmar que 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 *III República Nacional* que se conformó con la presencia y acción del Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo y el Poder Judicial para crear un nuevo orden público de fuerzas equilibradas con contrapesos institucionales que permitieron la convivencia social en concordia. En ésta etapa, el poder ideológico ya 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 átenos culturales, y otros organismos formadores mentales de la época que estaban modelados por las directrices que se establecían desde los 3 poderes públicos que conformaban la estructura de la República mexicana.

Así, durante el principio del siglo XX las diversas comunidades de la sociedad posrevolucionaria estuvieron gobernados por las mediaciones políticas, administrativas, coercitivas, educativas e ideológicas de los tres poderes de la *III República Nacional*: El Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial. Sin embargo, con la introducción de las tecnologías electrónicas de información de masas en México, con la radio en 1920 y la televisión en 1950, paulatinamente el poder cultural de las industrias culturales creó una nueva mediación tecnológica que impactó drásticamente sobre las anteriores estructuras económicas, políticas, sociales e ideológicas que existían en la sociedad mexicana y gradualmente se desbordó la esfera de acción, control y de orientación del Estado posrevolucionario tradicional. En pocas décadas éste moderno poder tecnológico informativo entró en una nueva fase de desarrollo vertiginoso que rápidamente rebasó los límites de los controles jurídicos y políticos convencionales creados por el Estado mexicano y gradualmente se fue conformando paralelamente como un poder ideológico independiente que adquirió tanta fuerza que le permitió competir y enfrentarse a los otros tres poderes republicanos formales que constituían al Estado nacional tradicional, e incluso en algunos casos, los reformuló, los superó y en otros los substituyó.

De esta forma, fue a partir del momento histórico en que los medios ocuparon el lugar central en la conformación de la estructura del poder ideológico contemporáneo de nuestro país, que se constató que si a mediados del siglo XX el Estado mexicano estaba constituido por 3 poderes formales divididos y autónomos que fueron el Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo y el Poder Judicial que tuvieron su origen en las *Cartas Constitucionales de los Sentimientos de la Nación* de 1813, 1824 y 1857 y que posteriormente se concretizaron en la Constitución de 1917; a principios del siglo XXI, en términos reales, el Estado mexicano ya está compuesto por 4 poderes concretos: 3 poderes formales tradicionales que son el Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo y el Poder Judicial; y un reciente poder  *fáctico*, que es el nuevo *Poder Mediático*. Este último poder, cada vez más, debido a sus nuevas y grandes capacidades tecnológico sociales, silenciosamente frente a nuestras narices, conquistó grandísimas cuotas de poder e

influencia que lo convirtieron en el *Poder del Poder* que progresivamente subordinó y presionó al resto de los 3 poderes constitucionales de nuestro Estado nación para someterlos a su voluntad mediático empresarial e imponer su proyecto de construcción de sociedad, de economía, de política y de seres humanos.

En este sentido, si la lucha por nuestra independencia nos dio la edificación de la *I República Nacional*, la realización de la reforma *Juarista* aportó la cimentación de la *II República Nacional*, y la Revolución Mexicana colocó los fundamentos de la *III República Nacional* en el país (Martínez Álvarez, 2004: 5 y 6); ahora, con la consolidación del nuevo *poder mediático*, especialmente de 1960 en adelante, se conformó lentamente en nuestro país la *IV República* que dio origen a la nueva *República Mediática* en el siglo XXI con su respectiva mutación estatal y social.

La *IV República Mediática* se caracteriza por ser el fenómeno histórico de transformación estructural del esqueleto y el proceso tradicional de la gobernabilidad nacional, que se generó por la introducción de una cuarta fuerza en la estructuración del Estado nación contemporáneo: el *poder mediático*. En este sentido, por la vía informal se incorporó una nueva figura histórica activa de naturaleza virtual que generó que la estructura de aplicación del poder nacional ya no esté integrada solamente por los 3 poderes formales tradicionales definidos por la Constitución Mexicana de 1917, sino que ahora es un nuevo sistema de gobierno integrado por 4 poderes reales con capacidades de fuerza y eficacia comprobados que luchan entre sí para determinar, cada uno, la regulación y la dirección global de la sociedad mexicana. Así, la composición moderna del Estado mexicano real quedó integrada por una nueva modalidad histórica de existencia, funcionamiento y aplicación del poder real cotidiano compuesto por la acción del Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo, el Poder Judicial y el *Poder Mediático*, particularmente, televisión y radio. Éste último poder virtual gradualmente se impuso silenciosamente sobre la vieja institucionalidad formal del poder posrevolucionario heredado del siglo XX en México, y ahora su fuerza es tal que diariamente impacta sustantivamente sobre la conformación del Estado y de la *esfera pública* que da vida a la sociedad mexicana a principios del tercer milenio.

A diferencia de la fundación de las 3 primeras Repúblicas nacionales que contaron con fechas históricas precisas y ritos institucionales públicos muy notorios para su instalación, el surgimiento de la *IV República*

*Mediática* en nuestro país, no contó con una fecha precisa de consolidación, ni con actos públicos visibles para datar su inauguración; sino que su naturaleza 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 un afianzamiento maduro a principios del siglo XXI. No obstante ello, de forma más exacta, se puede decir que su conformación jurídica nació con la emisión 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 del 2002 con la expedición del *Acuerdo Presidencial Sobre el Manejo del 12.5 % de los Tiempos de Estado* y el nuevo *Reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión*. Y finalmente, cristalizó plenamente con la aprobación de las *Reformas a la Ley Federal de Telecomunicaciones y a Ley Federal de Radio y Televisión* conocidas como la *Ley Televisa* el 31 de marzo del 2006 en el Congreso de la Unión, que fortaleció a los medios de comunicación como *poderes fácticos salvajes* mediante los cuales se estableció el actual pacto social comunicativo unilateral, autoritario, vertical, monopólico, excluyente, concentrador y discrecional existente entre el Estado, los concesionarios y la sociedad mexicana global a principios del siglo XXI.

## **9. EL PODER FÁCTICO COMUNICATIVO Y LA MUTACIÓN DE LA REPÚBLICA NACIONAL**

Con las fuertes transformaciones de las mediaciones tecnológico informativas que se dieron al interior de la sociedad mexicana, durante el siglo XX y principios del XXI especialmente con la aprobación de la *Ley Televisa*, constatamos que si en el terreno cultural y comunicativo la comunidad nacional 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 reconocimiento de los nuevos derechos civiles y la creación de modernas instituciones públicas; en la etapa del 2000 en adelante, se pasó al triunfo de la pragmatidad de los *sentimientos del mercado desregulado*, regidos por la *Mano Invisible* de la ley de la libre oferta y demanda de los monopolios informativos. Dichos oligopolios comunicativos 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 desregulado



en el campo virtual por encima de la lógica planificadora de dirección del Estado nación autónoma y soberana en el terreno comunicativo para sobrevivir.

En este sentido, las primeras 3 Repúblicas nacionales se gestaron por las 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, a diferencia de los otros procesos históricos, la *IV República Mediática* no surgió por el reconocimiento constitucional o formal de la misma por el sector jurídico del Estado, sino que 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*; 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. Con todo ello, la *IV República Mediática* cimentó su poder a partir de la apropiación, la concentración y el secuestro privatizado del espectro radioeléctrico nacional para desde allí crear su monopolio ideológico que le dio su enorme fuerza y expansión política y económica sobre el gobierno y el resto de la sociedad.

De esta forma, a diferencia de la construcción histórica de las otras 3 Repúblicas anteriores que significaron un avance democrático para darle forma y organización al funcionamiento colectivo de la sociedad mexicana, bajo la estructura de tres poderes federales diferenciados, autónomos, soberanos y complementarios; la creación de la *IV República Mediática* no fue un avance democrático para la sociedad mexicana, sino que fue 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 3 poderes públicos establecidos constitucionalmente.

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

*IV República Mediática* en México. Dicha *República* no se edificó en base al espíritu originario de los *Sentimientos de la Nación* que inspiraron la formación de las otras 3 *Repúblicas* nacionales, sino que ésta 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 en el país que impulsaron los parámetros de la posmodernidad económica y política nacional.

#### 10. LA HERENCIA DE LA *IV REPÚBLICA MEDIÁTICA* SOBRE LA RECOMPOSICIÓN DEL ESTADO NACIÓN

La instalación cotidiana de la *IV República Mediática* en la estructura económica, política, mental y psíquica en México fue tan determinante que poco a poco, creó culturalmente un país opuesto al de los anteriores espíritus constitucionales de nuestra historia nacional e incorporó una mentalidad masiva y unidimensional de la vida funcional para el proyecto de super acumulación económica a escala nacional y transnacional.

Así, el impacto de la presencia de la *IV República Mediática* a través de la concentración privatizada del espacio radioeléctrico, llegó a ser tan sustantiva sobre la estructura de la *III República Nacional*, que a partir de su consolidación institucional, ya no se construyó más Nación en la sociedad mexicana, sino más mercado desregulado salvaje 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 espacio electrónico colectivo para beneficio de los monopolios de la información. Ya no se organizó una emocionalidad que construyera los sentimientos de la “patria”, sino nuevos afectos para que operara la dinámica del mercado. 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 se incitó a la presencia unilateral del gran

capital que dio origen a 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 para el impulso de la cultura parasitaria y el libertinaje publicitario para la acumulación desatada de capital, etc. 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 propicio el fortalecimiento del Estado mexicano desde la concepción fundacional del Estado nación mexicano con la filosofía de los “*Sentimientos de la Nación*”, sino la subordinación de éste a las necesidades del mercado salvaje para desnaturalizarlo y debilitarlo en su misión rectora del proceso comunicativo nacional, para convertirlo en una simple agencia burocrática administradora y protectora de los intereses comunicativos de los enormes monopolios mediáticos para disputarse la riqueza del país.

En este sentido, sin haber llegado a su etapa de maduración histórica la última *III República Mexicana* fundada al concluir el triunfo de la Revolución Mexicana, pues a principios del período del 2000 apenas se encontraba en la fase de construcción del federalismo y del fortalecimiento real de la división efectiva de cada uno de los 3 poderes de la Unión; en el último tercio del siglo XX y a principios del siglo XXI surgió la *IV República Mediática* caracterizada por cotidianamente organizar y dirigir ideológicamente al conjunto social desde las industrias electrónicas comerciales privadas y no desde los otros poderes públicos. Es decir, es un nuevo macro poder ideológico político económico independiente que interviene crecientemente y significativamente 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 privada comercial conformadora del campo de lo público que generó una nueva etapa en el conflictivo proceso de construcción del Estado mexicano de inicios del siglo XXI: Con la acción de los poderes *fácticos mediáticos* se

dio un retroceso histórico en el proceso de construcción del Estado nación mexicano.

De esta forma, mientras que durante el siglo XX el Estado mexicano populista y autoritario cuidó celosamente que las redes de su poder tradicional no se debilitaran a través de 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, etc.; paradójicamente no pudo ver que el verdadero poder real 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 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*.

Mediante estas transformaciones el *poder mediático* ya no es un poder subordinado al gobierno, sino que ahora, cada vez más, es un poder autocrático que creó un micro Estado mediático dentro de la estructura del Estado nación histórico que ha llegado a subordinar al poder político republicano tradicional. Así, si de los años 50 a los 80 los medios de información colectivos estuvieron sometidos al gobierno en turno, al grado que la radio y la televisión fueron los “soldados del Presidente”; de 1980 al 2007 los medios se convirtieron en *poderes fácticos salvajes* que presionaron al Estado mexicano al grado que en el Presidente, sus funcionarios y los poderes públicos republicanos, ahora son los soldados de los poderes mediáticos.

Con la emergencia de la *IV Republica Mediática* en México a través de la incorporación de los medios electrónicos de difusión colectivos en la estructura de conformación básica del Estado mexicano, éste se transformó y degeneró sustancialmente para adquirir paulatinamente los rasgos de un *Estado mediático* que es el que opera cotidianamente en la fase de la modernidad nacional, y que se caracteriza por gobernar más desde los

recursos de la virtualidad comunicativa que a través del logro de hechos concretos para resolver las contradicciones del proceso de crecimiento colectivo. Así, el ejercicio ideológico político del poder cotidiano quedó crecientemente mediado por la acción concreta del *Estado mediático* desde mediados del siglo XX en México, 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.

Por todo lo anterior a principios del siglo XXI el poder de los medios 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 y a la sociedad mexicana, especialmente en las grandes ciudades. Así, entramos en una nueva fase histórica nacional que nos llevó a 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 3 poderes constitucionales del Estado mexicano (Ejecutivo, Legislativo y Judicial), hasta llegar, en ocasiones, al grado de minimizarlos, subordinarlos o disputar con ellos su centralidad y su rectoría, para imponer a la colectividad su proyecto de desarrollo social y de vida que fijan las exigencias del mercado desregulado de los monopolios.

## 11. OBSTÁCULOS CONCEPTUALES PARA RECONOCER EL SURGIMIENTO DE LA *IV REPÚBLICA MEDIÁTICA*

No obstante el gran impacto que representó la presencia histórica obvia del surgimiento del nuevo *poder mediático* como gran fuerza transformadora y reestructuradora del Estado mexicano tradicional para dar origen a la *IV República Mediática* en nuestro país a principios del siglo XXI, asombrosamente ésta realidad todavía no es reconocida por la política, los gobernantes, la sociedad civil, la cultura, los intelectuales y las ciencias sociales en general. Por consiguiente, paradójicamente a principios del siglo XXI vivimos una nueva realidad cotidiana muy avanzada de transformación del Estado nacional en México, acompañado de una teoría o conciencia muy retrazada o desfasada para poder comprender este fenómeno y transformarlo a partir de la conceptualización asimilada.

El no reconocimiento conceptual y político de esta realidad, no se ha debido a la falta contundente de visibilidad, fuerza ideológica, organización, presencia, peso, penetración, expresión, impacto y modernización que ha alcanzado éste nuevo fenómeno de transformación del poder dentro de la sociedad mexicana, sino entre otros, a los siguientes seis factores: La presencia de la rígida cultura jurídico política formal, el retraso epistemológico de las ciencias sociales, el extravío de las ciencias de la comunicación, el no reconocimiento del poder ideológico en la estructuración del Estado contemporáneo, la hipnotización de la sociedad y la conservación oficial del mito del "Estado Republicano".

#### **La Presencia de la Rígida Cultura Jurídico Político Formal.**

En primer término, la anquilosada camisa de fuerza mental que ha impuesto la tradicional cultura jurídico política sobre la concepción y constitución del Estado mexicano, sólo le permite reconocer la existencia de 3 poderes formales convencionales muy visibles (Ejecutivo, Legislativo y Judicial) en la constitución del Estado contemporáneo y no se atreve a ver con transparencia elemental el enorme poder  *fáctico*, o de  *hecho* que posee el gran aparato mediático que ya gobierna sobre nuestras vidas cotidianas desde hace varias décadas. Esto debido a que no cuenta con una nueva teoría y categorías analíticas flexibles, lúcidas y actualizadas para dar cuenta de las mutaciones históricas que impone la evolución elemental de la realidad del poder mediático en la esfera pública. Su rigidez de óptica jurídico formal produce una armadura mental que genera una concepción limitada, chata, desactualizada, miope y enana de la estructura y esencia del Estado mexicano contemporáneo, que más que ayudar a comprender éste fenómeno estructural obvio que vivimos a principios del siglo XXI en la esfera de la transformación del poder nacional, es un obstáculo intelectual muy fuerte que impide descubrir y aceptar el nuevo escenario del poder público que ejerce el aparato mediático en ésta fase del desarrollo histórico moderno de nuestro país.

En este sentido, para evitar enredarnos dentro de los espejismos institucionales que crea la cultura artificial de la escrupulosidad jurídico política tradicional, es necesario aclarar que "la distinción que se establece entre lo público y lo privado es una distinción que se efectúa al interior del derecho burgués y válida sólo en los dominios subordinados en los que éste ejerce sus "poderes". Sin embargo, el área de funcionamiento real del Estado mediático avanzado le escapa a esta limitada concepción porque su

margen de acción y de fuerza está "más allá del derecho convencional": El Estado, que es el Estado de la clase dominante, no es ni público ni privado, es al contrario, la condición de toda distinción entre lo público y lo privado. Esto mismo se aplica a los *Aparatos Ideológicos de Estado*<sup>9</sup> y poco importa si las instituciones que lo realizan son *públicas* o *privadas*. Lo importante es su funcionamiento como instituciones que dirigen colectivamente a la sociedad y las consecuencias que generan. Por ello, las instituciones privadas, pueden perfectamente *funcionar* como *Aparatos Ideológicos de Estado* y formar parte esencial del Estado, aunque la teoría o intelectualidad no los reconozca formalmente como tales" (Monteforte Toledo, 1976: 28 y 29).

Esto quiere decir, que el hecho de que los Aparatos Ideológicos de Estado se ubiquen culturalmente con un carácter *privado*, es decir, no reconocidos oficialmente como aparatos de Estado públicos, se debe a que la distinción que se hace entre lo *privado* y lo *público* es una diferencia puramente jurídica del derecho formal. Así, para definir oficialmente la naturaleza del Estado se acostumbró aplicar una distinción *pre-jurídica*, casi ontológica, entre lo privado y lo público, con lo que se definió qué si se reconoce como parte de la composición del Estado y qué no, cuando de hecho, es el Estado mismo el que establece esa distinción, la cual no tiene otro sentido que el continuar manteniendo la herencia jurídico tradicional ya establecida para ubicar al Estado. Pese a ésta conceptualización formal entre lo *privado-público*, esto no altera, en nada, el verdadero fondo de la cuestión sobre la enorme capacidad de poder real con que cuentan los aparatos ideológicos de Estado, especialmente las *industrias culturales*, para conducir a la sociedad contemporánea, y por lo tanto, para constituir parte medular de la esencia y estructura del Estado Nación (Poulantzas, 1971: 360; 1976: 101-143).

---

<sup>9</sup> Los Aparatos Ideológicos de Estado son el conjunto de instituciones culturales del Estado que se dedican a crear las condiciones subjetivas para que reine la ideología de una clase, particularmente la dominante, en la superestructura social de la sociedad. En éste sentido, los aparatos ideológicos son los soportes mentales concretos mediante los cuales un sector puede conducir o dominar subjetivamente de forma pacífica al resto de la sociedad al imponer su hegemonía ideológica. Dichos soportes específicos pueden variar su existencia, desde ser el individuo mismo que sirve de soporte o de instrumento para transmitir las concepciones dominantes, una vez que éstas han sido ya asimiladas por su conciencia; hasta ser las grandes instituciones sociales que se dedican en forma especializada a crear y difundir diversas concepciones de la realidad. Para ampliar este aspecto consultar Poulantzas (1971: 353).

En otras palabras, para formar parte real de la conformación de los poderes centrales que estructuran al reciente Estado contemporáneo que ha surgido en nuestro territorio, no se requiere contar con el reconocimiento o la *venia jurídico* profesional del consenso de los constitucionalistas, sino sólo se necesita observar, sentir y reconocer la simple presencia real de fuerza efectiva constante del nuevo poder mediático emergente para influir determinantemente sobre la naturaleza y el rumbo habitual que adopta la sociedad mexicana: es la contundencia de la fuerza de las realidades concretas las que definen como se conforma la estructura del verdadero Estado moderno cotidiano y no la imposición de la hegemonía de los convencionalismos subjetivos elaborados por la mente de los especialistas formales y tradicionales en la “Teoría del Estado”. Por consiguiente, es el peso determinante real del poder mediático sobre el funcionamiento de la sociedad, el que permite que éste reciente poder virtual forme parte efectiva del esqueleto y de la organización del Estado contemporáneo y no las limitadas formalizaciones teóricas de los juristas, políticos y hasta “científicos sociales”.

En este sentido, es necesario recordar que el Estado democrático surge por la necesidad nacional de crear una autoridad imparcial que genere las condiciones básicas de paz, armonía, consenso y dirección para la convivencia social en civilidad; y por consiguiente, forman parte de él todos los mecanismos e instituciones que sirven para ejercer y reproducir el poder colectivo central, sean éstos de naturaleza positiva o negativa. Así, los poderes *facticos*, como la iglesia, el narcotráfico o las *industrias culturales* electrónicas, en la medida en que cuentan con suficiente fuerza para modelar, dirigir o impactar sobre el conjunto social, automáticamente pasan a formar parte efectiva de la estructura real del Estado mexicano, aunque oficialmente no sean reconocidos por la rigurosidad tradicional del orden jurídico político establecido.

De esta forma, para explicarnos la naturaleza constitutiva del moderno Estado mexicano a principios del siglo XXI es necesario rebasar la lucha que se establece entre la realidad efectiva de funcionamiento del poder y la formalidad convencional construida por la cultura jurídico política decimonónica. Para ello, es indispensable superar esta arcaica concepción medieval jurídico formal de las herramientas del viejo derecho y abrir la inteligencia a la contundencia obvia de la realidad histórica actual para permitir introducir nuevas conceptualizaciones sobre la transformación de la esfera del poder público en nuestra sociedad de inicios del tercer mil-



nio. Esto es, requerimos crear nuevas categorías teóricas elementales que sean capaces de explicar de forma más abierta, completa y flexible la veloz modificación histórica de estructura actual del Estado contemporáneo y evitar interpretar el Estado mediático presente con teorías y herramientas metodológicas ya ineficientes de hace dos siglos. Los nuevos instrumentos teóricos para explicar la naturaleza del Estado contemporáneo deben dar cuenta de los verdaderos poderes reales que actúan cotidianamente con enorme fuerza conformando el nuevo campo del poder y evitar quedar entrampado en las concepciones fantasiosas, míticas, convencionales y desactualizadas que ya no son capaces de reflejarlo, sino sólo de ocultarlo.

**El Retraso Epistemológico de las Ciencias Sociales.** En segundo término, influido por la herencia de la concepción positivista del derecho tradicional, se produjo en el terreno de las ciencias sociales un avance muy lento en la evolución de la conciencia analítica del los estudiosos de éstas ramas del conocimiento (sociología, ciencia política, antropología, historia, comunicación, etc.), frente a la velocidad vertiginosa y a la fuerza imparable que lleva éste mega fenómeno político cultural mediático; y desconociendo radicalmente la nueva realidad comunicativa evidente creó una teoría etnocéntrica del Estado que lo define y agota ontológicamente en si mismo como una mera realidad jurídico formal de naturaleza administrativo-legal-represiva que dirige a la sociedad. Esto es, las ciencias sociales, especialmente la comunicación, la sociología y las ciencias políticas no han podido crear nuevas teorías y categorías analíticas básicas para entender, explicar y transformar la realidad contemporánea mediática de conformación del nuevo Estado Nación mexicano que ha surgido. Así, el instrumental teórico actual con que se cuenta ha seguido impulsando las inercias legadas y los reduccionismos mentales tradicionales y es incapaz para traducir o revelar la nueva realidad de transformación que ha experimentado el Estado moderno en México (Orozco Gómez, 2005: 7).

Con ello, se ha producido un fuerte retraso epistemológico en ésta área de conocimientos, pues se abandonó y descuidó teóricamente ésta realidad a una simplificación formal, para no vincularlo con el salto sustancial que ha experimentado la transformación virtual de la naturaleza y el esqueleto del Estado mexicano moderno con la introducción del poder mediático como nueva variable conformadora de su naturaleza, y cuando más, reconoce a los medios como simples instituciones de presión e influencia social.

En este sentido, es asombroso que mientras en los últimos años las ciencias duras como la astronomía ha construido una nueva teoría del Sistema Solar con el descubrimiento de nuevos planetas, asteroides o masas celestes; la neurología ha fabricado una nueva cartografía completa del cerebro humano; la química ha revelado la topografía del Genoma Humano, la medicina ha establecido los Mapas Cromosómicos para corregir las lesiones moleculares de los genes y con ello combatir los trastornos hereditarios; la física ha logrado conquistar la fusión en frío, la biogenética ha obtenido el control a voluntad de los fenómenos de reproducción humana que ha dado origen al nacimiento del ser humano de probeta, etc.; las ciencias sociales, pese a la portentosa y notoria presencia del poder mediático sobre nuestras vidas, no han podido reconocer la realidad elemental del surgimiento y la existencia del nuevo Estado mediático cotidiano, con la presencia de su respectiva *IV República Mediática* a comienzos del siglo XXI en México. Si las ciencias sociales y políticas han sido incapaces de reflejar ésta evidencia histórica en el campo de la reestructuración del dominio, entonces debemos preguntarnos ¿Qué es lo que han estado viendo, pensando, priorizando y construyendo las ciencias sociales en las últimas décadas en el terreno de la reproducción ideológico-política del poder y de la recomposición de la estructura del Estado nación?

**El Extravío de las Ciencias de la Comunicación.** En tercer término, la reflexión teórica de las ciencias de la comunicación en las últimas décadas, ha estado tan enfrascada en sí misma buscando su “objeto de estudio”, su “razón filosófica para ser autónoma”, su propio “campo de reconocimiento profesional”, su “fundamento epistemológico exclusivo” y su “dignificación profesional” frente a las otras ciencias sociales<sup>10</sup>, que ha sido incapaz de ver desde sí misma como el enorme impacto de la presencia intensiva del *fenómeno comunicativo*, particularmente electrónico, en la sociedad moderna, ha transformado drásticamente la estructura del Estado nacional creando un nuevo Estado Ampliado con sus respectivas funciones mediáticas modernas.

Así, el esfuerzo de la teoría de la comunicación al poner su mayor empeño mental en la indagación de su propia personalidad y justificación

---

<sup>10</sup> Al respecto encontramos que durante las últimas tres décadas en México una parte muy importante del esfuerzo intelectual de la academia de la comunicación ha girado alrededor de la discusión si “¿la comunicación es una técnica o una percepción? Es decir, se ha invertido muchísimo esfuerzo mental en despejar si la comunicación es un conjunto de habilidades o es una manera de mirar, una técnica o un saber utilitario” (Revilla Basurto, 1977).

científica de existencia, para diferenciarse y ubicarse competitiva y legítimamente frente al resto de las otras ramas de conocimiento de las ciencias sociales; produjo una miopía teórica que ha impedido comprender cómo la simple presencia y acción extensa del poder mediático en la esfera cultural modificó toda la estructura, la dinámica y la jerarquía del espacio público, creando el nuevo *espacio público mediático* de la sociedad del siglo XX. Con ello, las industrias electrónicas se convirtieron en el entramado básico para la interacción simbólico-cultural de la sociedad contemporánea y conquistaron un lugar estratégico en su conformación que no es apreciado por la actual teoría del poder, ni de la comunicación, ni de la sociedad contemporánea.

**El no Reconocimiento del Poder Ideológico Mediático en la Estructuración del Estado Contemporáneo.** En cuarto término, aunque en el siglo XVIII y XIX en México sí se consideró al poder ideológico como un componente del Estado mexicano, a través del monumental poder que ejercía la Iglesia sobre la sociedad, y por ello, se creó el movimiento de las “Leyes de Reforma” que limitó la fuerza descomunal de la iglesia y desecularizó al Estado en esa etapa histórica para crear uno no religioso, el Estado laico; ahora en la etapa de la modernidad, paradójicamente, aunque hoy día los medios electrónicos son más poderosos ideológicamente que lo que fue la iglesia en su momento de apogeo, la concepción contemporánea del Estado mexicano ya no reconoce al gran poder ideológico que ejercen los medios electrónicos como elementos constitutivo del moderno Estado nación, sino sólo contempla a los convencionales poderes públicos del Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial. Es decir, hoy sólo se reconocen los poderes visiblemente administrativos, representativos, burocráticos y represivos como piezas conformadoras del Estado nación mexicano, y no se acepta el enorme poder mental y emocional invisible ejercen diariamente sobre los habitantes los aparatos ideológicos culturales como fuerzas estructuradoras del Estado y de la sociedad.

De esta forma, ante esta ceguera histórica la fuerza cultural que despliegan los medios electrónicos de difusión colectivos actúa de manera independiente y contundente, organizando y dirigiendo, cotidianamente con gran eficacia los conocimientos, los valores, los principios, las mentalidades, las fantasías, los imaginarios, los sueños, los anhelos, las emociones, los deseos, la libido, las actitudes y los comportamientos de la población, sin ser reconocidos como parte de los instrumentos básicos de poder que conforman al Estado moderno. Así, el poder ideológico, cada día, se forta-

lece más en nuestro país e influye crecientemente sobre la naturaleza de la sociedad, y al mismo tiempo, “mágicamente” no se le ubica oficialmente dentro de la naturaleza y teoría del Estado moderno como macro fuerza estructuradora de la misma, manteniéndose como un poder aislado, independiente, desregulado y hasta autocrático, que rebasa el ámbito de acción de los poderes convencionales si reconocidos por la cultura oficial sobre el Estado nación.

**La hipnotización de la sociedad.** En quinto término, otro obstáculo fundamental que ha evitado la comprensión social del surgimiento histórico de la *IV República Mediática* en México ha sido el que la lógica cotidiana de la sociedad sólo capta que el Estado contemporáneo está compuesto por los poderes visibles convencionales que ha definido la tradicional “versión oficial” sobre la naturaleza del mismo, y no incluye también el papel y el peso de los principales *poderes fácticos* que hoy día se han desarrollado enormemente, e influyen, reestructuran, y redefinen la esencia del Estado contemporáneo. Esto es, la racionalidad cotidiana de la opinión pública entiende la composición del Estado desde la visión “institucional” y mítica del mismo y no desde el rápido avance de la realidad del poder que se ha construido por la evolución de las tecnologías de comunicación y la manera como se han organizado las empresas que las administran o controlan.

Así, por ejemplo, por una parte, en la radical crisis de gobernabilidad que surgió en el estado de Oaxaca, en México, en el segundo semestre del 2006, donde fallaron durante casi 5 meses las capacidades de representatividad, de gestión, de conducción y de fuerza de las principales instituciones de gobernabilidad del Estado local, como fueron el Poder Ejecutivo (Gobernador), el Poder Legislativo (Congreso regional), el Poder Judicial (aplicación de la justicia provincial), el poder policiaco (incapacidad de establecer la seguridad social en su territorio), la tolerancia (respetar las ideas plurales), la cultura (no se conservó el tejido social unido), etc.; fue muy notorio como la opinión pública para concluir con la anarquía pidió la desaparición de todos los poderes locales formales del Estado regional para renovarlos de nuevo; pero asombrosamente nunca demandaron la sustitución de los poderes mediáticos que de forma manipuladora fueron las fuerzas político ideológicas que cotidianamente dieron a conocer colectivamente con sesgos informativos al resto de la nación y del mundo los hechos que sucedieron en la localidad.

Es más, lo asombroso fue que después de la tremenda crisis que devastó política y económicamente a la sociedad oaxaqueña, una estrategia fundamental que utilizó el gobierno local para volver a establecer el “clima de confianza, paz, equilibrio y armonía regional”, fue acudir a los poderes mediáticos locales y nacionales para que a través de la eficacia de su programación simbólica crearan en la opinión pública nacional una nueva atmósfera de concordia regional. Así, el gobernador Ulises Ruiz, creador del conflicto político, en enero del 2007, dio todas las facilidades a los productores del programa “Hoy” (revista audiovisual) de la compañía Televisa, para que transmitiera en cadena nacional durante una semana desde distintos puntos del estado “la otra cara de hospitalidad y de alegría que caracteriza a los oaxaqueños, las enormes riquezas arqueológicas con que cuentan, las playas paradisíacas, las costumbres milenarias, la gastronomía succulenta que distinguen la entidad y nos han dado renombre a nivel mundial” (Granados Chapa, 2007).

De esta forma, “se eliminó de las pantallas toda referencia o alusión al conflicto que desde 7 meses atrás padeció la sociedad oaxaqueña. En el programa inicial se habló de Rufino Tamayo para valorar las artes plásticas de la entidad, pero se omitió el nombre de Francisco Toledo, por la actitud sensible que mostró ante los reclamos sociales y las injusticias cometidas por la autoridad, que lo llevó a encararse con el poder local, y cuya referencia era igualmente obligada como el mayor artista vivo de esa entidad” (Granados Chapa, 2007).

Por otra parte, una situación similar de legitimación institucional de los poderes públicos nacionales, a través del poder mediático establecido, también se vivió en junio del 2007 cuando el gobernador de Jalisco, Emilio González Márquez, destinó 67 millones de pesos, es decir, 45 % menos del presupuesto total, de la partida presupuestal destinada a la protección del “*Desarrollo Económico de las Personas en Condiciones de Pobreza y Vulnerabilidad*” para atender las emergencias provocadas por desastres naturales, con el fin de colaborar a organizar el evento privado denominado “Espacio 2007” organizado por la empresa Televisa. De esta manera, el gobierno de Jalisco otorgó a Televisa 165 % más de presupuesto que lo que le entregó el gobierno de Sinaloa en el año 2006 para organizar dicho evento en la localidad del norte del país. Todo ello, a cambio de que dicha empresa difundiera en cadena nacional la imagen del estado y del gobernador en este programa del Canal de las Estrellas en horarios triple AAA,

y con esto, se iniciara su precampaña presidencial para el 2012 (sin autor, 2007a: 1; 2007b: 7; y 2007c: 1).

Así, paradójicamente, pese a que “la *Ley Federal de Radio y Televisión* impedía y sancionaba que las estaciones de radio y televisión que operaran bajo la figura de permiso, es decir, sin fines de lucro (medios de servicio público), vendieran espacios para publicidad pues sería una ‘competencia desleal’; las empresas privadas como Televisa y Televisión Azteca sí pudieron recibir de los gobiernos federales, estatales o municipales (también del gobierno del D.F.) aportaciones, donativos y pagos para financiar sus transmisiones privadas o difundir mensajes publicitarios particulares a favor del que pagaba” (Alcocer V., 2007: 19).

La desigualdad fue tal, que mientras el Canal de Televisión del Congreso recibió en el 2007 un presupuesto total del 75 millones de pesos del Poder Legislativo que debieron reportar pormenorizadamente a los poderes públicos; las empresas de radiodifusión comerciales recibieron dichos apoyos en forma de donativos gubernamentales sin dar ninguna cuenta, ni informar del patrocinio recibido a ningún sector, lo que fue de dudosa legalidad (Alcocer V., 2007: 19).

En este sentido, la hipnotización social es de tal magnitud que los poderes fácticos no solo no son reconocidos por la población como parte constitutiva de la estructura del actual Estado nación en México, sino lo más increíble es que cuando el Estado oficial necesita legitimarse socialmente recurre a la fuerza, la penetración tecnológica y a las capacidades persuasivas de dichos *poderes salvajes* para que lo blanqueen, limpien, maquillen o hasta recompongan. Como en un acto de magia de la conciencia light y posmoderna del siglo XXI los poderes mediáticos quedan fuera de la concepción y de la teoría clásica del poder y del Estado y al mismo tiempo son las instancias que concentran y aplican con mayor fuerza el poder ideológico contemporáneo.

De esta forma, cuando se trata de instaurar el cambio social o existe crisis de poderes, la opinión pública actúa bajo el efecto hipnótico que se ha creado sobre la concepción del Estado nacional y siempre exige el cambio de todos los poderes públicos que conforman el sistema oficial de poder convencional que entra en descomposición, excepto el de los *poderes fácticos electrónicos* que de igual forma contribuyen a gobernar informalmente con enorme eficacia, pero que no son asimilados como tales por la conciencia

elemental de las comunidades por no estar mentalmente incorporados a la teoría o formalización pública del Estado real que actúa permanentemente en la vida cotidiana de la República del nuevo siglo.

**La conservación oficial del mito del “Estado Republicano”.**

Finalmente, en sexto término, la acumulación de todos los factores anteriores que contribuyeron al ocultamiento o inconsciencia del reconocimiento de la existencia de la nueva *IV República Mediática* en México a comienzos del siglo XXI, permitieron que todos los diversos gobiernos mexicanos, sexenios tras sexenios, hayan seguido conservando en sus discursos públicos, en las celebraciones institucionales, en la literatura tradicional y en la ideología oficialista de los regímenes gobernantes, la idea que la sociedad mexicana sigue existiendo en los tiempos de la *III República Federal* heredada de los procesos de la independencia y de la revolución de 1910. Aunque la *III República* ya no existe más como realidad política dominante a principios del siglo XXI, la reserva del imaginario oficial sigue conservando intensamente dicha fantasía para legitimar al fantasma del Estado Nación Comunicativo e intentar mantener la continuidad y la coherencia ideológica con el proyecto revolucionario de 1910 que dio origen al nuevo régimen republicano.

Así, toda la racionalidad oficial que explica el proceso histórico de conformación del Estado mexicano durante el siglo XX y los albores del siglo XXI, lo sigue interpretando, justificando, reconociendo y organizando dentro de la camisa de fuerza ideológica del concepto de *III República Federal* y no dentro de la realidad de la *IV República Mediática* que marcó los orígenes del nuevo milenio en el país.

Todas estas 6 limitaciones epistemológicas y políticas generaron que hoy tengamos una teoría política desfasada de la realidad de principios del tercer milenio, con rudimentarias categorías analíticas que cuando intenta explicar la naturaleza ideológico política del Estado contemporáneo con el instrumental teórico oficial, termina reflejando al viejo Estado del siglo XIX o cuando más al Estado tardío de mediados del siglo XX que ya no existe más en el horizonte contemporáneo del país. Esto debido a que a principios del siglo XXI las condiciones estructurales que lo conforman han evolucionado dando origen a una nueva realidad mediática que ha mutado el esqueleto del Estado moderno, y ahora dicha vieja 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.

Sin embargo, no obstante éstas resistencias mentales, la consolidación creciente de éste moderno *Poder Mediático* cuestiona o replantea la vieja concepción de estructuración tripartita del Estado mexicano del siglo XX compuesta por el Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo y el Poder Judicial y la evolución de la rotunda realidad mediática contemporánea nos obliga a repensar 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, etc, en pocas palabras, su esencia histórica; para elaborar ahora una nueva teoría del Estado moderno mexicano a través 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 a principios del siglo XXI ya no sólo es una simple estructura jurídico formal que se elaboró con las diversas Constituciones nacionales del proceso político de los últimos 200 años de la historia de México; sino que ahora es una nueva estructura híbrida mediático institucional que se ha transformado por la presencia de las tecnologías de comunicación y sus formas político administrativas de organizarse (cuadro n° 1).

**Cuadro 1. Diferencias entre los poderes públicos tradicionales que estructuran al Estado mexicano nación y el nuevo *poder mediático* que reconfigura a la *IV República Mediática* en el siglo XXI en México**

Niveles de acción de los poderes públicos que estructuran al Estado mexicano	Características de los poderes que estructuran al Estado nación mexicano tradicional (poder ejecutivo, poder legislativo y poder judicial)	Características del poder comunicativo que reconfigura a la <i>IV República Mediática</i> (radio, televisión y nuevas tecnologías de información colectivas)
Naturaleza jurídica	Son poderes públicos que actúan representando legítimamente los intereses colectivos de la población y del bien común comunitario, pues fueron elegidos por la población	Son poderes privados que actúan representando sus intereses particulares o personales
Grado de centralidad estructural en la sociedad	Son poderes que política, jurídica y formalmente son centrales dentro de la conformación del esqueleto del Estado Nación	Es un poder que en la realidad, por su propia fuerza, se ha convertido en el centro del poder político-ideológico contemporáneo y que



		ahora subordina y acorrala a los otros poderes formales tradicionales del Estado Mexicano con la hegemonía ideológico-cultural que produce
Procesos por los que surgen	Las 3 Repúblicas Nacionales surgieron por las necesidades históricas consensuadas de la mayoría nacional para darle forma estructural equilibrada al proceso de gobernabilidad en México y de la maduración de diversos procesos socio políticos que buscaron la creación de contrapesos de los poderes públicos para gobernar armónicamente en el país	La <i>IV República Mediática</i> emergió por la introducción de la revolución tecnológica en el campo comunicacional del país, por la concentración de grandes cuotas de poder de las <i>industrias culturales</i> a nivel comunicativo y por la necesidad unilateral de la ampliación de los requerimientos del mercado a escala ampliada en la esfera ideológica
Etapas fundacionales de los poderes	Los poderes del Estado Nación han pasado por tres etapas fundacionales: La <i>Primera República</i> surgió en 1813 cuando José María Morelos y Pavón dictó <i>Los Sentimientos de la Nación</i> en el Congreso de Chilpancingo, Guerrero. La <i>Segunda República</i> surgió en 1821, cuando Agustín de Iturbide proclamó el <i>Acta de Independencia</i> del imperio español en 1821 que posteriormente cristalizó con la elaboración de la primera constitución del 5 de octubre de 1824. La <i>IIIª República</i> emergió en 1857 cuando se alcanzó el triunfo del sistema federal y congresional y el juramento de la Constitución Federal de los Estados Unidos Mexicanos	La cimentación de la <i>IV República Mediática</i> en nuestro país, no cuenta con una fecha precisa de su consolidación, ni con actos públicos visibles para su inauguración; sino que 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. De forma más exacta, 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 y su posterior actualización el 10 de octubre del 2002 con la expedición del <i>Acuerdo Presidencial sobre el Manejo del 12.5 % de los Tiempos de Estado</i> y el <i>Nuevo Reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión</i> , a través de los cuales se estableció el actual pacto social unilateral, autoritario, vertical, monopólico y discrecional existente entre el Estado, los concesionarios y la sociedad.
Diferencias de su legitimación	Es elegido democráticamente por la población mediante el voto directo en las urnas, excepto el Poder Judicial que es designado por el Poder Ejecutivo y confirmado por el Poder Legislativo	No es elegido democráticamente por la población, sino que alcanza su poder a través de la concentración económica, el desarrollo tecnológico, y la acumulación política de poder

Ideologías que lo legitiman	Se legitima con la ideología de la democracia y con la ideología republicana del Estado moderno basado en la división de los 3 poderes públicos autónomos e independientes	Se justifica con la ideología de práctica de la "Libertad Empresarial", la "Libertad de Expresión", el "Derecho a la Información" y los procesos de autorregulación comunicativa
Características de su visibilidad	Son poderes que se ubican visiblemente en organizaciones formales, materiales, organizativas, institucionales y humanas, y que se reconocen como poderes tradicionales. Son poderes que tienen clara fachada pública de poderes consolidados	Es un poder informal cotidiano que está en todas partes, que se mueve con enorme velocidad, que actúa a todos los niveles sociales, que se siente en todos los lugares, que organiza cotidianamente la mente, la afectividad y los actos de la sociedad; y que sin embargo, no se ve como poder, sino como una actividad de entretenimiento, diversión o esparcimiento. Es un poder invisible que no tiene rostro de poder, sino de esparcimiento, hedonismo y diversión
Forma de intervención institucional	Actúan de manera autónoma e independiente frente a los otros poderes de la Unión	Se comportan de forma monopólica, es autocrático y puede llegar a la impunidad. Construye la <i>Telecracia</i>
	Opera mediante la creación de normas, leyes y procesos administrativos y político-coercitivos para respetarlas	Su forma de acción se basa en el manejo de datos, símbolos, informaciones e imaginarios que impactan sobre la formación de la conciencia colectiva y en la opinión pública mediante la construcción de la <i>Agenda Mediática de Contenidos</i> . Su poder es fundamentalmente virtual y de allí se deriva su fuerza económica y política
Capacidad de representatividad	Representan legítimamente a la población al grado de convertirse genuinamente en tres poderes diferenciados del Estado formal.	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	El auditorio traslada la representación de su soberanía a los medios electrónicos para ser encarnados por su poder de penetración, de velocidad, de cobertura, de "éxito" y de actualidad
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	Su fuerza emerge de la capacidad de impactar en la formación del conocimiento colectivo mediante la difusión de su proyecto de

	Estados Unidos Mexicanos	contenidos simbólico-informativos que transmiten y de su específica reconstrucción cotidiana de la realidad. Esto se logra a través de su capacidad de penetración tecnológica y cultural en el interior de la vida diaria de la sociedad
	Son poderes, que en última instancia tienen como respaldo de garantía de su poder la aplicación de la fuerza coercitiva o represiva del Estado	Son poderes que finalmente tienen como respaldo de su fuerza la manipulación ideológica, la presión psíquica y la reconstrucción o deformación virtual de la realidad
Quién los nombra	Todos son poderes públicos elegidos por la participación colectiva. El Poder Ejecutivo, se selecciona cada 6 años por votaciones libres de la comunidad nacional. El Poder Legislativo se aprueba cada 3 años por votación secreta de toda la población. Y el Poder Judicial se propone en terna para que lo seleccione el Senado de la República en sesión pública, cada vez que concluye el periodo para el que fueron electos.	A los empresarios los constituye su capacidad privada de recursos económicos y de gestión empresarial.  A los conductores informativos los designan las autoridades privadas de los medios.
Cobertura de acción	Son poderes que únicamente se mueven a nivel nacional, federal y municipal, según son sus necesidades de acción.	Es un poder que se mueve a nivel local, 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 un poco en el campo
¿Qué lógica de acción los mueve?	Los mueve la lógica de la gobernabilidad, del servicio público 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 posiciones de poder.
Forma de intervención institucional	Actúan de manera autónoma e independiente frente a los otros poderes de la Unión	Se comportan de forma monopólica, es autocrático y puede llegar a la impunidad
	Son poderes que cotidianamente no están cerca de la población y aparecen para los ciudadanos cuando se tienen que recurrir a los servicios de éstos.	Es un poder que, cada vez, está más cerca de la población por las capacidades cotidianas de tele seducción y de tele reencantamiento mágico de los sentidos de los públicos

	Operan mediante la creación de normas, leyes, procesos administrativos y político-coercitivos para respetarlos	Su forma de acción se basa en el manejo de datos, símbolos, informaciones e imaginarios que impactan sobre la formación de la conciencia colectiva y en la opinión pública mediante la construcción de la <i>Agenda Mediática de Contenidos</i> . Su poder es fundamentalmente virtual y de allí se deriva su fuerza económica, política, cultural y espiritual
	Se vinculan con los poderes nacionales federales, estatales y municipales	Se interrelacionan con los poderes nacionales y transnacionales y relacionan simbólicamente a la sociedad con estas dimensiones del poder
Período de vida	Son poderes políticos que se renuevan periódicamente, según son los acuerdos históricos de cada poder particular, pasando por el sufragio efectivo y la no reelección. El Poder Ejecutivo y el Poder Legislativo se renueva cada 6 años. El Poder Judicial cuando termina el cargo para el que fue elegido cada ministro o autoridad de justicia. Por consiguiente, ninguno de éstos poderes pueden ser hereditarios, sino renovables.	Aunque en términos legales se renueva al término de la concesión, en términos reales, 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. En éste sentido, incluso puede llegar a ser hereditario al grado que puede transmitirse familiarmente de generación en generación, de manera ilimitada, como es el caso de Televisa que se ha transmitido legalmente durante tres generaciones seguidas a la misma familia Azcárraga.
¿Quién los sostiene económicamente?	Los sostiene económicamente la población mediante la diversa clase de impuestos que paga y con los cuales se edifica el presupuesto público que financia el funcionamiento de los diversos poderes públicos.	Aunque se presentan como autofinanciables con sus propios capitales, en realidad en última instancia, son sufragados por la publicidad que paga la población, a través del sobre precio por concepto publicitario que se les agrega a las mercancías que difunden los medios de información, o mediante otras estrategias de financiamiento por tele mercadeo o tele participación (hable, vote y pague la llamada) que han implementado.
¿A quién le rinden cuentas?	Le rinde cuentas a la sociedad por lo menos una vez al año y se somete a la evaluación de la comunidad y de otros poderes públicos consolidados	Es un poder que se impone y que nunca rinde cuentas a la sociedad hasta el extremo de llegar a la impunidad, justificándose plenamente ante sus auditorios median-

		te el nivel de penetración conquistado y comprobado con el <i>rating</i> alcanzado
¿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 éste momento, son impugnados de diversas formas por la población	Es un poder que fundamentalmente entra en crisis por falta o disminución del <i>rating</i> que limita inversión publicitaria que los sostiene o por la competencia feroz con sus competidores.
Consecuencias que generan	Construyen la República Mexicana basada en nuestro proyecto de evolución histórica de los últimos 200 años	Crean la <i>IV República Mediática</i> que se caracteriza por oponerse a los 3 poderes formales de la nación para imponer su proyecto de mercado y de mega acumulación.
	Le dan su lugar institucional al Estado y a sus poderes públicos creando condiciones de estabilidad y certeza hegemónica	Reconfiguran y en ocasiones substituyen mediáticamente a los poderes públicos del Estado y los subordinan crecientemente como poderes desplazados o debilitados de su centralidad
	Su acción fortalece la estructura tradicional de composición de la República mexicana	Alimenta la concepción y práctica de alcanzar la fórmula del Estado-Cero sosteniendo que el Estado ya no es necesario conservarlo para gobernar, sino que la sociedad debe funcionar sólo con procesos de "autorregulación", especialmente informativas. En el mejor de los casos reconoce la utilidad del Estado, sólo como entidad "administradora" y no rectora de lo público

Por consiguiente, la presencia de éste 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. Segundo, aceptar que estamos en una nueva etapa descontrolada de evolución de la estructura del poder nacional, vía el *poder fáctico mediático*. Tercero, generar una nueva forma de definirlo, nombrarlo y re explicarlo para entender de que se trata y hacia donde evoluciona. Cuarto, recuestionar la concepción del viejo poder y del Estado que mantiene el universo de conocimientos tradi-

cionales de las ciencias sociales, de las ciencias políticas y de las ciencias de la comunicación para que acepten los límites de sus miradas convencionales y se abran a nuevas realidades elementales de la nueva vida contemporánea. Quinto, producir una nueva teoría conceptual del Estado y del poder público que recupere todo el peso determinante que ha alcanzado la presencia del *poder mediático* contemporáneo en la estructuración del Estado moderno. Y finalmente sexto, crear los instrumentos jurídicos y los procesos políticos adecuados para ubicar esa macro fuerza mediática bajo la voluntad de la soberanía nacional y no dejarla dentro de su autodinámica de comportamiento salvaje que atenta contra el Estado nación construido desde la filosofía de la Constitución Mexicana de 1917.

En este sentido, 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, podemos afirmar que los verdaderos secretarios de Estado ya no son los ministros designados por el poder presidencial formal tradicional, sino que ahora son los propietarios de los medios de información. Los verdaderos oficiales mayores del gobierno ya no son los designados por las autoridades legales, sino que ahora son los conductores de televisión. Los verdaderos jueces ya no son los ministros elegidos por la Suprema Corte de Justicia, sino que ahora 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 que ahora son los actores mediáticos. Los verdaderos generales ya no son los elegidos por el Ejército Mexicano, sino que ahora son 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 que ahora son las pantallas de televisión y los diales radiales, con sus respectivos curriculums electrónicos. La verdadera legitimidad cotidiana ya no la construye el gobierno tradicional, sino que ahora la teje el consenso que generan los aparatos mediáticos, etc.

El no reconocer la existencia del Estado mediático en México con la presencia de su *IV 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 4 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 3 poderes formales tradicionales creados durante el siglo XIX y XX, como son el Poder Ejecutivo, Legislativo y Judicial, y no compartido, redibujado, disputado o substituido 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 éste corrimiento mediático institucional, se comprueba que en términos comunicativos la sociedad mexicana de principios del milenio si 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 substituyendo o desplazando las funciones ideológico políticas del Estado nación, de las instituciones públicas, 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 tercer milenio.

Por esta razón, al principio del nuevo siglo, 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 de equilibrio entre medios, Estado y sociedad.

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros, revistas y documentos

BUSTAMANTE, Enrique (coord.) (2003): *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.

CABALLERO PEDRAZA, Virgilio Dante (2004): "Los medios en el lodazal: ¿El Poder del Poder?", *Revista Los Periodistas*, Fraternidad de Reporteros de México, A.C, México, D.F, abril del 2004.

CALOCA CARRASCO, Eloy (2003): *Recuento Histórico del Periodismo*. México, D.F.: Instituto Politécnico Nacional (IPN), Secretaría de Educación Pública.

CORRAL JURADO, Javier (2002): "Pluralidad Acceso y Competencia", V Conferencia Internacional: "Los Medios Electrónicos en el Marco de la Reforma del Estado en México", VIII Legislatura, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, Universidad Iberoamericana, Fundación Konrad Adenauer-Stiftung, Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Universidad Autónoma Metropolitana, Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), Salón Verde, Palacio Legislativo, México, D.F, 27 a 29 de mayo del 2002, versión estenográfica, p. 19,  
<http://www.cddhcu.gob.mx/servddd/versesst/2ano/comisiones/rtc-3.htm>

ESTEINOUI MADRID, Javier (1989): *Hacia la Primavera del Espíritu Nacional. Propuesta Cultural Para Una Nueva Televisión Mexicana*. México, D.F.: Editorial Programa Cultural de las Fronteras y Fundación Manuel Buendía (FMB).



ESTEINOU MADRID, Javier (2000): "Globalización, Medios de comunicación y cultura en México a principios del siglo XXI", *Revista Ámbitos*, nº 5, Revista Andaluza de Comunicación, Departamento de Periodismo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Sevilla, Sevilla, España, 2º semestre del 2000, pp. 7-51, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos.htm>

ESTEINOU MADRID, Javier (2001): "Internet y el *Estado Ampliado*", *Revista Etcétera*, nº 12, Una Ventana al Mundo de los Medios, Nueva Época, Análisis, Ediciones y Cultura SA de CV, México, D.F, octubre del 2001.

ESTEINOU MADRID, Javier (2005): "Internet y la Transformación del Estado", en ISLAS, Octavio y GUTIÉRREZ, Fernando (coords.): *Internet: El Medio Inteligente*. México, D.F.: Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Campus Estado de México y Editorial Grupo Patria Cultural (CECSA).

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima (2002): *La Responsabilidad de los Medios de Comunicación*. México, D.F.: Paidós, cit. por TREJO DELARBRE, Raúl (2004): *Poderes Salvajes. Mediocracia Sin Contrapesos*. México, D.F.: Cal y Arena, pp. 176 y 177.

FLORESCANO, Enrique (2001): *Memoria Mexicana*. México, D.F.: Taurus.

FLORESCANO, Enrique (2003): *Etnia Estado y Nación, Ensayo sobre las identidades colectivas en México*. México, D.F.: Taurus.

GAURALERI, Gianpiero (1981): *La Galaxia de Mc Luhan*. España: ATE.

MacBRIDE, Sean (1985): *Un Sólo Mundo. Voces Múltiples Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.

MARTÍN SERRANO, Manuel (1985): *La Mediación Social*. Madrid: Departamento de Comunicación, Universidad Complutense de Madrid.

MARTÍN SERRANO, Manuel (2004): *La Producción Social de Comunicación*. Madrid: Alianza (tercera edición).

MARTÍNEZ ÁLVAREZ, Jesús Emilio (2004): "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, D.F., 1 de septiembre del 2004, versión estenográfica.

McLUHAN, Marshall (1979): *La Comprensión de los Medios como las Extensiones del Hombre*. México, D.F.: Diana.

MONTEFORTE TOLEDO, Mario (1976): “Las Ideologías”, en *Literatura, Ideología y Lenguaje*. México, D.F.: Grijalbo.

MORELOS Y PAVÓN, José María (2001): “Los Sentimientos de la Nación”, Documentos Para la Historia, LVIII Legislatura, Diario de Debates, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México, D.F., abril del 2001.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo (2005): “Cuando los Modelos y las Categorías Ya No Alcanzan”, *Revista Comunicación y Sociedad*, n° 3, Nueva Época, Departamento de Estudios de la Comunicación, Universidad de Guadalajara, México, D.F., enero-junio del 2005.

ORTEGA RAMÍREZ, Carmen Patricia (2006): *La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública*. México, D.F.: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco y Editorial Etcétera.

POULANTZAS, Nico (1971): *Fascismo y dictadura*. México, D.F.: Siglo XXI.

POULANTZAS, Nico (1976): *Las Crisis de las Dictaduras: Portugal, Grecia y España*. México, D.F.: Siglo XXI.

REVILLA BASURTO, Mario A. (1977): “Comunicación y reproducción social: La estrategia conservadora”, *Revista Razón y Palabra*, Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Tópicos de Comunicación, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Estado de México, Estado de México, México, julio de 1977,  
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logo>

SIN AUTOR (2000) “Nuestras Constituciones. Documentos Mexicanos”, Museo Legislativo “Los Sentimientos de la Nación”, LVIII Legislatura, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, México, D.F., 2000.

TREJO DELARBRE, Raúl (2004): *Poderes Salvajes. Mediocracia Sin Contrapesos*. México, D.F.: Cal y Arena.

### Hemerografía

ALCOCER V., Jorge (2007): “Espacio 2007”, *Reforma*, México, D.F., 8 de junio del 2007.

CORRAL JURADO, Javier (2003): “Mediocracia Sin Mediaciones”, Columna Rotafolio, *El Universal*, 20 de enero del 2003.

CORRAL JURADO, Javier (2004): “Encendida Discusión”, Columna Rotafolio, *El Universal*, México, D.F., 2 de noviembre del 2004.

GRANADOS CHAPA, Miguel Ángel (2007): “Televisa en Oaxaca”, *Reforma*, México, D.F., 1 de marzo del 2007.

SCHERER IBARRA, María (2004): “Telearquía”, *Proceso*, n° 1427, México, D.F., 27 de marzo del 2004.

SIN AUTOR (2004) “Todo el poder”, *Proceso*, n° 1433, México, D.F., 18 de abril del 2004.

SIN AUTOR (2007a) “Desvían en Jalisco recursos a Espacio 07”, *Reforma*, México, D.F., 7 de junio del 2007.

SIN AUTOR (2007b) “Desvían a Espacio gastos de desastres”, *Reforma*, México, D.F., 7 de junio del 2007.

SIN AUTOR (2007c) “¿Cuál desvió...? Aquí está”, *Reforma*, México, D.F., 8 de junio del 2007.

**PARA CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:**

ESTEINOU MADRID, Javier (2008): “Medios de Información Electrónicos, Mediaciones Sociales y Transformación del Estado en México”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, n° 2, primer semestre de 2008, pp. 63-114. ISSN electrónico: 1989-0494. Universidad Complutense de Madrid.

Disponible en: <http://www.ucm.es/info/mediars>

**(\*) El autor**

Javier Esteinou Madrid es Investigador Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F. Doctor en Sociología, (Universidad Nacional Autónoma de México), Maestro en Sociología, (Universidad Iberoamericana), Licenciado en Ciencias y Técnicas de la Información, (Universidad Iberoamericana), Estudios de Filosofía, (Instituto Superior de Estudios Filosóficos). Autor y coautor de múltiples libros y artículos especializados en comunicación e información en México, América Latina y otros países.

Ex Vicepresidente (Fundador), Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), México D.F., (1981-1983). Miembro del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), México D.F., (1984-2004). Ex Vicepresidente, Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), Florianópolis, Brasil, (1989-1992). Ex Vicepresidente Regional, Federación de Facultades de Comunicación en América Latina (FELAFACS), Colombia, (1958-1998).

Correo electrónico: [jesteinou@gmail.com](mailto:jesteinou@gmail.com) y [jesteinou@prodigy.net.mx](mailto:jesteinou@prodigy.net.mx).