

00462

6

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO



FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

MODERNIZACION DEL ESPACIO
PUBLICO EN MEXICO

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

MAESTRA EN CIENCIA POLITICA

P R E S E N T A :

MARIA MARISOL MARISCAL GARCIA



DIRECTOR: MTR. MURILO KUSCHIK RAMOS

MEXICO, D. F.

2001



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

Introducción.....	4
-------------------	---

CAPÍTULO I

MODERNIDAD Y OPINIÓN PÚBLICA

1.1. Los espacios de lo público y lo privado en la información.....	18
1.2. La formación de la opinión pública en las sociedades modernas.....	42
1.3. La opinión pública como articuladora de las relaciones Estado–sociedad ..	68
1.4. El derecho a la información y su regulación.....	74

CAPÍTULO II

EL ENTORNO ÉTICO, JURÍDICO Y POLÍTICO DE LA OPINIÓN PÚBLICA

2.1. La opinión pública.....	79
2.2. Los medios de comunicación como generadores de la opinión pública.....	87
2.3. Importancia de la opinión pública como mecanismo de interacción entre la sociedad y los medios de comunicación	92
2.4. La opinión pública como equilibrio en el ejercicio del poder en la democracia moderna	97
2.5. Marco de referencia de la opinión pública internacional.....	104

CAPÍTULO III

EL ESTADO, LA OPINIÓN PÚBLICA Y LA INFORMACIÓN EN MÉXICO (REPASO HISTÓRICO)

3.1. El Estado y la información	108
3.2. La opinión pública frente a la rigidez estatal, los rasgos del porfiriato	117
3.3. La construcción de la opinión pública y su escenario.....	123
3.4. De la esfera pública a la opinión pública marginal	125
3.5. Crisis de la esfera pública y ampliación de la opinión pública	135
3.6. La reconstrucción de la esfera pública frente al poder de la esfera privada (1976-1982)	139
3.7. Renovación moral y moral pública (1982-1988).....	146
3.8. Globalización bárbara y las ilusiones de la opinión pública (1988-1994)...	152
3.9. Modernización, transición y función política de la opinión pública (1994-2000).....	160

CAPÍTULO IV

ALCANCES Y LIMITANTES DE LA POLÍTICA GUBERNAMENTAL Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO

4.1. El entorno de la transición política	172
4.2. Reforma del Estado y democratización: el papel de los medios de comunicación.....	177
4.3. La reformulación de la relación Estado – medios de comunicación	184
4.4. La crisis de la esfera pública y los medios de comunicación.....	190
4.5. La modernización de la opinión pública para la democracia	194
Conclusiones	200
Bibliografía.....	225
Hemerografía	230

INTRODUCCIÓN

Hablar de los conceptos *espacio público* y *opinión pública* es tocar temas que a lo largo del tiempo se han encontrado con numerosos intentos de definición en diversos campos del conocimiento, desde el estudio de los medios de comunicación hasta la sociología, la psicología y, evidentemente, la ciencia política. Es este último enfoque con el que se tratará el presente trabajo.

Sobre estudios de "lo público" existe un bagaje extenso de origen europeo (Alemania, España, Gran Bretaña), así como también norteamericano. A este fenómeno socio-político-comunicativo se le tiene considerado un elemento trascendental en el desarrollo de las sociedades modernas, en las cuales se vive una etapa creciente de politización y, por consiguiente, la presencia de nuevos actores en el escenario político que reclaman se amplíen los espacios participativos.

En una sociedad moderna, el espacio público es un poder social alternativo compuesto por un segmento de la población que representa la visión colectiva crítica y busca, tanto cambios en la expresión política de la sociedad como coparticipación decisional con el régimen.

Hoy en día los sectores públicos, en ese enfoque de la *polis* griega, aumentan en todo el mundo y se organizan con base en vicisitudes específicas que aquejan la armonía del sistema. Lo anterior nos lleva a expresar: la opinión pública es un fenómeno socio-político conformado con principios heterogéneos, pero que se difunde de modo homogéneo a través de temáticas. Suele manifestar su fuerza cuando el sentir social reacciona y se expresa en favor o en contra; es decir, aprueba o desaprueba acciones que afecten a la esfera pública.

La esfera pública es la "sede en la que se realiza el intercambio de ideas y puntos de vista: la esfera pública, que eventualmente también implica un debate crítico acerca de

temas políticos, se convierte definitivamente en la esfera en la cual la sociedad civil refleja y expone sus intereses".¹

El presente trabajo versa en torno a la modernización del espacio público y sus aportes para lograr una transición a la democracia en México: Se toma en cuenta una extensa literatura que acerca del tema se ha desarrollado, ya sea de manera general y abstracta (la visión de Habermas, Luhmann, Moscovici y otros teóricos), como de manera específica con el caso mexicano; asunto en el cual el trabajo periodístico escrito y el análisis ensayístico de diversos pensadores podrá poner en claridad.

"La modernización es un proceso multifacético que implica una serie de cambios en todas las zonas del pensamiento y la actividad humana. Los aspectos que la componen son la movilización social (cambios en las actitudes, en los valores y expectativas de los individuos) y el desarrollo económico total de la sociedad. La modernización política se refiere a la democratización, a la estabilidad política que conlleva a la diferenciación estructural. La diferencia, no obstante, logra pautas de integración nacional, de realización y participación de los grupos sociales al desarrollo de nuevas instituciones políticas a través del aumento de conciencia, coherencia, organización y acción de muchas fuerzas sociales".²

En este sentido, en México esa modernización se distingue por practicar el arte de tolerar y consensar las diferencias; al tiempo de sacarle "jugo" a las convergencias. Hay que reconocer que el país vive una época muy difícil como consecuencia de los sucesos de 1994 y la recomposición del sistema político mexicano en los últimos años del siglo XX.

"En los sistemas democráticos una primera diferencia que se puede advertir en la relación con el modelo mexicano es el relativa a los criterios para asignar concesiones, los cuales lejos de estar depositados en la buena voluntad del Ejecutivo Federal se encuentran taxativamente previstos en la ley, con lo cual la subjetividad y la discrecionalidad se

¹ Fernández Santillán, José, Habermas: sociedad civil y política deliberativa, *Este País*, noviembre 2000, México, D. F., p. 26.

² Samuel P. Huntington, *El orden político en las sociedades en cambio*, Buenos Aires, Paidós, 1992, p. 180.

reducen a la mínima expresión y se fortalece, por el contrario, el principio de seguridad jurídica cuya esencia caracteriza a todo Estado de derecho”.³

México vive un periodo de transición al tiempo que orienta y desarrolla una modernización económica, política, social y cultural. En este marco, la sociedad civil reclama participar en la determinación de las reglas y condiciones para el ejercicio del poder, organizando y construyendo consensos para llenar el vacío de representación de diversos sectores de la sociedad que no encuentran un espacio público donde den salida a sus demandas. Es aquí donde la modernización del espacio público se ha tomado un requisito indispensable para la democratización del país.

La Declaración Universal de los Derechos del Hombre y del Ciudadano establece en su Artículo 19 que: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones”. El Pacto de San José indica: “No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, como el abuso de controles”.

Los medios de comunicación son importantes para conformar un espacio público donde puedan reflexionar opiniones de públicos, ya que son los encargados de establecer puentes de interrelación y de socialización entre los diversos actores políticos y sociales. Además de formar a través de la educación y de información una opinión pública participativa y crítica, lo cual no sucede en ciertas ocasiones. La diversidad de los medios de comunicación es el reflejo de las necesidades de expresión de los grupos que ostentan el poder con el fin de crear políticas informativas y de propaganda para beneficio particular y no del bien colectivo.

La modernización del espacio público conlleva a un nuevo simbolismo, aumenta la percepción para comprender e interpretar los sentimientos sociales de justicia social, la verdad y el carácter cívico de México. La información de masas es la que caracteriza la sociedad actual que es amorfa como consecuencia del grado de complejidad de las relaciones de sus diversos actores.

³ Villanueva, Ernesto, Derecho a la información, *El Financiero*, 9 de agosto de 1996, p. 54.

Hay que destacar que a pesar de que existen estudios que han profundizado mucho sobre la temática del espacio público, pocos son los que plantean propuestas concretas para modernizarlo, lo cual consiste en organizar la participación, sumar intereses y la construcción de nexos entre las diversas fuerzas sociales y el gobierno, no su rompimiento. Las investigaciones sobre la recuperación de "lo público" como espacio donde convergen opiniones de públicos o incluso la formación de la opinión pública se dividen en la escuela clásica y la empírica.

La posición clásica está definida por su incansable propósito de dilucidar sobre la existencia, los alcances y problemáticas de ambos. La escuela empírica se basa en investigaciones de laboratorio y técnicas de observación para medir los estímulos y respuestas grupales. Lo anterior demuestra que dichos estudios sólo obedecen a cálculos programáticos de los comportamientos entre grupos sociales y el gobierno.

En la escuela clásica destaca el pensamiento de Speir⁴ quien dice que es fundamentalmente una comunicación de los ciudadanos con su gobierno y sólo de manera secundaria una comunicación entre ciudadanos. La clásica busca una definición precisa de opinión pública y dilucidar sobre el fenómeno.

La tradición clásica no ha tenido la capacidad de convocar necesaria y universalmente la atención del público ciudadano, lo cual erosiona la interacción del sistema y su legitimidad. Asimismo, tampoco ha tenido capacidad de producir consenso necesario y universal. Urge preguntarse ¿cómo es posible hoy la formación de consensos? y ¿qué papel puede desempeñar en ella la modernización de "lo público" como un espacio donde se institucionalicen las opiniones de públicos?

La escuela empírica está representada por Schmidtchen, Noellem Henis y Habermas. Este último dio un rango teórico al concepto de opinión pública, sancionándola y justificándola como institución propia y necesaria del ordenamiento jurídico del Estado, que descansa en la unidad básica de la capacidad racional de los opinantes en un espacio público moderno. La opinión pública es un componente importante para el proceso de la construcción racional del Estado moderno.

⁴ Rivadeneira Prada, Raúl, *La opinión pública: Análisis, estructura y métodos para su estudio*, México, Trillas, 1995, pp. 14 y 15.

Habermas crea en 1981 su obra clásica denominada Teoría de la Acción Comunicativa donde analiza las relaciones entre cognición social y moral. El concepto de acción está orientada a la comprensión del mundo social y la interacción por normas. Denomina "acción comunicativa" a la situación donde los actores aceptan coordinar de modo interno sus planes y alcanzar sus objetivos, únicamente, a condición de que haya o se alcance mediante la negociación un acuerdo sobre la situación y las consecuencias que cabe esperar.

Habermas menciona que relacionar "la sociedad civil con el tema de la transmisión de ideas y valores se nota desde la formación de la esfera pública como sede del intercambio de opiniones para debatir problemas comunes, hasta la maduración de su teoría comunicativa como transmisión de conocimientos que ayudan a evolucionar a la sociedad. Evolución que es caracterizada en términos de autonomización de lo social frente al poder y al dinero".⁵

Niklas Luhmann es un importante punto de referencia para el desarrollo del análisis, a través de su Teoría General de los Sistemas Sociales, la cual explica las redes funcionales y la complejidad de los procesos dentro de la actual sociedad moderna. Describe los elementos societales como lo son el sistema social (una trama de acciones concatenadas que permiten el funcionamiento social); el entorno social (el contexto de las condiciones y los resultados de las acciones del sistema); los subsistemas sociales (las organizaciones que realizan funciones particulares, y comparten, en cierta medida, el trabajo conjunto de todas las funciones del sistema) y el lenguaje o discurso (medio que posibilita la comprensión de la información), caracterizada por el uso de signos. Con ello, permite comprender de manera global cómo funciona la sociedad contemporánea y sus complejos procesos, a través de una orientación funcionalista que permite analizar en conjunto a la sociedad y entender el fenómeno de la opinión pública y las vicisitudes y procesos sociales.

⁵ Fernández Santillán, José, Habermas: sociedad civil y política deliberativa, *Este País*, noviembre 2000, México, D. F., p. 25.

Para Luhmann democracia es el sistema de gobernar caracterizado por la participación de la sociedad totalmente considerada, en la organización del poder público y en su ejercicio. Limitación es la función de orden para construir sistemas y socializar.

En este contexto, se pretende sustentar como tesis principal que la modernización del espacio público se refiere a los mecanismos por medio de los cuales la opinión pública se da a conocer. La modernización de la esfera pública tiene que ver con hechos políticos, pero también con adelantos tecnológicos y con la aparición de los medios de comunicación como canales por medio de los cuales el espacio de discusión se amplía; como consecuencia se extiende el alcance de las opiniones a un número mayor de individuos.

La modernización del espacio público también exige un Estado que dirija y oriente las decisiones y no sólo sea un mecanismo de control, sino que abra espacios para propiciar la participación política. No existe democracia ni Estado moderno sin opinión pública, entendida como una expresión de la pluralidad de la sociedad.

De ello se desprenden las siguientes hipótesis. *Para la modernización del espacio público se requiere de una opinión pública que sea la base en la construcción de la razón colectiva, que su fuerza tome forma en la base de la sociedad civil, además de que desempeñe el papel de vigilar el proceso gubernamental.*

Luhmann habla de la necesidad de encontrar "fórmulas verbales" para que comiencen los procesos de opinión pública (1971,9). Afirma que la atención es efímera (15), y que las personas y los temas tienen que consolidarse en la conciencia pública en una fuerte competencia. Los medios de comunicación crean "pseudocrisis" y "pseudonovedades" (25) para expulsar los temas competidores del campo de batalla. Estos estímulos tienen que ser oportunos, tienen que estar intensamente referidos al momento. La proximidad a la moda se muestra de muchos modos (18): un tema se crea como se crea el último estilo en mangas y, después, cuando se ha dicho todo sobre él, pasa de moda. El tema está obsoleto (24), igual que se vuelven obsoletos los estilos de manga. Los que siguen usándolos demuestran no estar "in".⁶

⁶ Noelle-Neumann, Elisabeth, *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Paidós Comunicación, Barcelona, España, 1995, pp. 199-200.

Para Niklas Luhmann la opinión pública cumple su función cuando lleva un tema seleccionado a la mesa de negociación, que fue desarrollado de acuerdo a las reglas de atención susceptibles de análisis, y es en ese momento cuando se adoptan posiciones en favor o en contra de las diversas opciones.

Luhmann supone "que el sistema político, en la medida en que se apoya en la opinión pública, no queda integrado por las reglas que rigen las decisiones, sino por las reglas que dirigen la atención, es decir, las reglas que deciden qué llega a la mesa y qué no".⁷

Cabe mencionar que para Luhmann la comunicación que existe es la unilateral técnicamente determinada de los medios de masas. "Cuando sólo se presenta una opinión sobre un tema particular, cuando el tema y la opinión parcial se funden, por así decirlo, tenemos lo que Luhmann llama "moralidad pública". Ésta comprende las opiniones que hay que defender públicamente para no aislarse. Luhmann, desde la teoría de los sistemas, ha dado un contenido nuevo y diferente al término "opinión pública".⁸

Habermas entiende por opinión pública " la presión que se ejerce con base en la transmisión de convicciones que repercuten en ese subsistema. La esfera pública se constituye en una estructura de mediación entre las múltiples instancias que componen la sociedad civil y el sistema político-jurídico".⁹

Hoy en día con los medios de comunicación la deliberación prácticamente desaparece y comienza la "degeneración de la esfera pública", esto es porque concurren expertos y formadores de opinión como artistas, intelectuales, investigadores, etc., que son personas públicas pero no políticas y sólo se apoyan en la resonancia.

Por lo anterior se requiere que los medios de comunicación adopten su posición de intermediarios sociales y tengan un contenido crítico y analítico de la información. Además, que asuman una visión verídica, profunda y objetiva de la realidad sociopolítica de las demandas y requerimientos de los mexicanos. Se requiere fomentar una educación

⁷ Ibidem, Noelle-Neumann, Elisabeth, p. 200.

⁸ Ibidem, Noelle-Neumann, Elisabeth, p. 201.

⁹ Ibidem, Fernández Santillán, José, Habermas. p. 28.

que le permita a los individuos tener acceso y comprensión de informaciones de primer nivel para acceder a la modernidad; así como una responsabilidad y ética de los actores que constituyen a la opinión pública. Actualmente la libertad de expresión y el derecho a la información son instrumentos utilizados por grupos de interés y de poder que sólo responden a estrategias informativas cupulares. Por lo anterior se presenta el siguiente capitulado.

En el capítulo I se ubicarán las transformaciones de la opinión pública con relación al proceso de modernización del espacio público. Se configura un marco para el análisis de su formación como fenómeno político-social, así como su papel como instrumento articulador de las relaciones Estado-sociedad. Cabe destacar que dentro de este rubro, para ahondar en el análisis, se requiere rescatar la importancia de la modernización del espacio público y su diferenciación del espacio privado en que la opinión pública se desenvuelve, y el marco jurídico que le avala a la sociedad su derecho de tener acceso a la información así como sus obligaciones para poder demandar información como parte de sus derechos políticos.

Para Habermas la opinión pública es la expresión de opiniones privadas en una espacio público, por lo tanto se puede decir, que la opinión pública tiene como fin homogeneizar posturas para participar democráticamente en el ejercicio del poder. Éste a su vez debe estar controlado de manera permanente por la opinión pública, es decir, que funcione como un contrapoder constituido por ciudadanos donde se llega a acuerdos respecto a asuntos comunes. Las actividades políticas deben asentarse en el fundamento de las leyes, las cuales están justificadas como leyes generales y racionales.

Los medios de comunicación son importantes para la conformación de una opinión pública moderna porque son grandes organizadores de la opinión pública, así como los encargados de establecer puentes de interrelación y socialización entre los diversos actores políticos y sociales. Podemos decir que en nuestro país esto no sucede porque algunos medios responden a intereses y estrategias publicitarias de carácter privado y no público, que están propiciando que la sociedad disminuya la credibilidad y confianza.

Reviste especial interés ahondar en el estudio de la modernización del espacio público y su relación con la democratización de la sociedad mexicana, la cual también se encuentra

en vías de modernizarse. La transformación de la opinión pública conlleva a un nuevo simbolismo, al aumento de la sensibilidad y a propiciar el cambio permanente, así como crear una renovación de todas las formas de vida personal y social, recuperando a credibilidad del público hacia sus instituciones.

Por democratización entendemos los procesos en que las normas y procedimientos de la ciudadanía son, o bien aplicados a instituciones políticas regidas por otros principios, o bien ampliados de modo de incluir a individuos que antes no gozaban de tales derechos y obligaciones o para abarcar problemas e instituciones que antes no participaban en la vida política.¹⁰

En la actualidad el ánimo colectivo está construyendo un nuevo pacto social donde los espacios públicos de planeación y participación se amplían y se toman dinámicas rompiendo esquemas estáticos, autoritarios y centralistas. Es importante destacar la realidad social y las necesidades del país para contribuir a la democratización de México. Una propuesta es modernizar los mecanismos jurídicos, éticos y políticos de la información para definir las funciones públicas de las opiniones de públicos que intervienen en el debate público de temas de interés general. Esto comienza a analizarse en el capítulo II.

El objetivo es comprender cuál es la importancia de los elementos éticos, jurídicos y políticos donde se desenvuelve la opinión pública y la consolidación de los medios de comunicación como parte de la modernización del espacio público.

Se analizan los entornos ético, jurídico y político del espacio público y de la opinión pública, donde los políticos y los periodistas han sido antagonistas y cómplices, porque los primeros tienden a guardar secretos de Estado, y los segundos a sacar a la luz pública con el propósito de que sean juzgados por la opinión pública. Lo ideal sería distribuir el poder para que conjuntamente se impulsen los cambios y de esta manera construir un país más justo, equitativo y con mejor distribución del ingreso y con menos privilegios.

¹⁰ Ramírez Fuentes, Carlos, Tesis. *La reforma institucional como prerrequisito para la transición a la democracia en México*, UNAM, p. 180.

En este capítulo se establecen las bases de la teoría política de la formación de la opinión pública y la modernización del espacio público para la creación de alternativas reales de influencia en el ejercicio del poder para que el gobierno permita la participación en los programas de gobierno y que estos en realidad respondan a las necesidades de los gobernados.

La opinión pública forma parte del sistema pero no actúa activamente porque requiere de una transformación de su función como actor político. En la actualidad la sociedad comienza a incursionar en la política deliberativa, es decir, en el juego de intercambios y a encontrar puntos de convergencia entre todos.

Es en este punto donde los medios de comunicación desempeñan una labor trascendental ya que son quienes difunden las temáticas, observan el devenir nacional y procesan el ánimo social. Este modelo sistémico propiciará la acción, la cual requiere de vasos comunicantes o, como dice Habermas, aplicar la acción comunicativa. Ante este panorama dependerá del tipo de interacción que se genere entre los subsistemas, el que se llegue a un armónico funcionamiento del sistema complejo.

La complejidad social como la de México conlleva a una incomunicación entre los diversos actores que conforman la opinión pública; sin embargo, la sociedad cada vez está más dispuesta a discutir todos los problemas y las condiciones de la convivencia.

Ética, derecho y política¹¹ son ámbitos insoslayables en la modernización del espacio público y la formación de la opinión pública. En México, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos promulgada en 1917, en los artículos 6° y 7°, es donde se garantiza la libertad de expresión, el derecho a la información y la libertad de imprenta; ésta última ha dejado de ser un derecho individual para tornarse un derecho de una minoría de individuos con alto poder adquisitivo y político.

En el capítulo III se expone un repaso histórico donde se muestran las políticas y estrategias comunicativas aplicadas en México, pero enfocándome a la reflexión de las

¹¹ Saber de política es importante aunque a muchos no les importe, porque la política condiciona toda nuestra vida y nuestra convivencia. Sartori, Giovanni, *Homo videns, La sociedad teledirigida*, Taurus, México, septiembre de 2000, p. 65.

relaciones Estado - medios de comunicación. Desde estos escenarios, el espacio público de las opiniones públicas ha sufrido transformaciones, enfrentado limitantes y logrado alcances que la conllevaron a cumplir con su función primaria en esta etapa de transición política del país.

En esta etapa del trabajo se efectúan disertaciones acerca de las funciones y transformaciones de la esfera pública y de la opinión pública, subrayando la importancia de su modernización, ya que se pretende que ésta sea un requisito que influya para la reforma del Estado en México y la recuperación de la esfera pública para que la pluralidad de opiniones que intentan insertarse en la dinámica del sistema global.

La prensa siempre ha sido un instrumento legitimador dentro del sistema político mexicano, pero no sólo por la participación del aparato burocrático, sino por los mecanismos de control que el Estado utiliza para alcanzar sus objetivos, así como por que las estrategias de comunicación están sujetas a la publicidad y a los intereses de las empresas privadas.

Giovanni Sartori considera que en México es necesario organizar una opinión pública para lograr la transición a la democracia, mencionó "que los medios (de comunicación) tienen mucho que ver con que los partidos políticos no sean del agrado general, especialmente la política televisiva". Reconoció la existencia de una crisis tecnológica¹², la televisión hace a los partidos muy poco necesarios como instrumentos electorales. Esto pasa en Estados Unidos, donde los candidatos hacen sus campañas con su dinero y con la televisión. Si hay una crisis y parte central tiene que ver con la "videopolítica".¹³

A partir de la noción de Estado que impulsa la autorregulación de los medios de comunicación y de la información se realiza un repaso histórico acerca de su interacción con los actores que conforman a la opinión pública, abarcando el intento por reglamentar a los medios de comunicación con el derecho a la información con José López Portillo; la

¹² La televisión condiciona fuertemente el proceso electoral, ya sea en la elección de los candidatos, bien en su modo de planear la batalla electoral, o en la forma de ayudar a vencer al vencedor. Sartori, Giovanni, *Homo videns, La sociedad teledirigida*, Taurus, México, septiembre de 2000, p. 66.

¹³ Sartori, Giovanni, *La videopolítica*, *El Financiero*, 4 de julio de 1996, p.44.

renovación moral de los mismos con Miguel de la Madrid Hurtado; la globalización de los *mass media* con Carlos Salinas de Gortari que al inicio de su gobierno estableció vínculos más estrechos con los medios de comunicación; y los intentos por modernizar el espacio público y los medios de comunicación con Ernesto Zedillo Ponce de León, quien desde el inicio de su mandato hasta el 2 de julio del 2000 al dar a conocer el triunfo del candidato del Partido Acción Nacional a la Presidencia de la República, Vicente Fox Quesada, planteó la necesidad de un mayor acercamiento fundamentado en valores éticos que se habían olvidado de proponer. Se reconoce que el Estado en los últimos 20 años ha tenido que controlar jurídica y políticamente la labor de los medios de comunicación.

En el capítulo IV destaca que la reforma institucional aunada al reacomodo de los actores que tienen voz y participación en la esfera pública, son factores determinantes para la democratización en México.

Una sociedad participativa requiere de medios de comunicación social confiables, imparciales y sobre todo comprometidos con su función pública: formadores de opinión pública. Concebir medios con estas características implica el desarrollo de los marcos ético, político y jurídico que regulen la actividad informativa, definiendo derechos y obligaciones hacia la sociedad, manejándose con plena autonomía y libertad informativa responsable, sean un contrapeso real al ejercicio del poder en la democracia moderna y un mecanismo para crear escrutinio público de las acciones de los actores políticos y sobre todo del poder.

La opinión pública se plasmaba fundamentalmente en los periódicos, el equilibrio entre opinión autónoma y opiniones heterónomas (heterodirigidas) estaba garantizado por la existencia de una prensa libre y múltiple, que representaba a muchas voces. La aparición de la radio no alteró sustancialmente este equilibrio... La televisión es explosiva porque destrona a los llamados líderes de opinión...¹⁴

En México existe un régimen político autoritario que a través de una política informativa también autoritaria, ha conformado una sociedad autoritaria. Sin embargo, ésta se encuentra en un proceso de evolución por la presencia de una sociedad civil que

¹⁴ Sartori, Giovanni, *Homo videns, La sociedad teledirigida*, Taurus, México, septiembre de 2000, p. 71.

interrelaciona a los gobernantes con los gobernados, construyendo espacios públicos que elevan el nivel discursivo de los debates públicos y el fundamento igualitario de la ciudadanía.

Se analiza cómo el Estado a través de sus políticas informativas ha conformado estructuras normativas y derechos básicos indispensables para regular la pluralidad, la privacidad y la publicidad.

A pesar de que en la sociedad mexicana sólo reproduce opiniones parciales que han desatado una serie de rumores y especulaciones que conllevan a la incertidumbre y fragmentación de intereses colectivos en particulares, se debe reconocer que también cada vez más está politizada y por ende participa más.

Por lo anterior se analizan las estrategias de los diversos grupos de poder y su función para formar opinión pública y acotar el espacio público, y la actitud gubernamental manifestada entorno a la formación de la opinión pública, la cual es necesaria para la legitimación de programas de gobierno.

Desde finales de la década de los sesenta hasta la fecha, los medios de comunicación han tomado la función de formar opinión pública. Sin embargo no todos los mass media lo hacen ya que le han dado prioridad a mejorar sus relaciones con grupos empresariales y gubernamentales, olvidando así su papel de ser contrapeso en el sistema.

Una sociedad moderna, es decir, participativa, requiere de medios de comunicación confiables, imparciales y comprometidos con su función pública de formar opinión pública. La capacidad de ésta para generar participación en la esfera pública ha estado determinada por estrategias y políticas informativas de grupos de poder privados y del gobierno que constituyen la privatización del ámbito público; además de un Estado o centro decisional que es quien determina, con base en un régimen jurídico anacrónico, los tipos de información, valores y quienes tienen acceso a esa información.

En aras de mantener un *status* político que les permita mantenerse como actores en el ejercicio del poder, se analiza a los medios de comunicación que han olvidado su función pública primaria, es decir, informar y educar, pues en la actualidad su papel como

elemento socializante y articulador entre gobernantes y gobernados se limita a establecer estrategias informativas con grupos de interés y poder. Por ello se hace evidente que los requerimientos de las opiniones públicas como integrantes fundamentales del espacio público parecen no interesar en la reproducción de la información.

Bajo este panorama planteó la necesidad de que los medios de comunicación recuperen su función pública, para coadyuvar a la modernización de la esfera pública y formen una opinión pública real para la consolidación de la democracia en México.

CAPÍTULO I

MODERNIDAD Y OPINIÓN PÚBLICA

*Ser absolutamente moderno significa:
no poner nunca en duda el contenido de la modernidad
y servirle como se sirve al absoluto, es decir sin dudar.*

Milan Kundera.¹⁵

1.1. Los espacios de lo público y lo privado de la información

Para entender las transformaciones que ocurren durante la construcción de la opinión pública, es necesario aclarar conceptos relacionados con lo público y su retorno a la estructura de las sociedades modernas y la vida pública.

Los intentos de diferenciar el ámbito público del privado se originan en la época de la Ilustración, ya que en las sociedades europeas de la alta Edad Media el espacio público como territorio autónomo de lo privado no existía. Tanto la Iglesia como la clase feudal no contemplaban la individualidad, o sea lo que se constituiría como el espacio privado.

La entonces nueva era, denominada de "Las Luces", rompió con el esquema de espacio público impuesto por los principados, dándose con ello un proceso de secularización que dio claridad en las ideas, metas y objetivos de la Ilustración; así como alimentó la reflexión acerca del espacio público burgués que reunía a personas privadas que lograban independencia del Estado. Un Estado que se tornaba moderno al basarse en derechos fundamentales plasmados en Constituciones que eran reflejo del modelo liberal.

En el medioevo la plaza pública desempeñó una función de integración de intereses, aún con la ausencia de la idea de unidad. Con la llegada de la Ilustración el ámbito de debate y discusión se consolida gracias a las ideas del Estado moderno que ve en la esfera pública el ámbito de la vida social donde conjuntos de ciudadanos se vinculan, organizan y asocian libremente para emitir juicios privados en un espacio público. La reflexión

¹⁵Milan Kundera, *La inmortalidad*, Barcelona, Tusquets Editores, 1989, p. 165.

acerca del significado de la expresión "espacio público" ha llevado a numerosos pensadores a tratar de definirlo, Jürgen Habermas, es uno de ellos, quien en su libro "Facticidad y validez" afirma de manera clara:

La esfera o espacio de la opinión pública es, ciertamente, un fenómeno social tan elemental como la acción, el actor, el grupo o el colectivo; pero escapa a los conceptos tradicionales de orden social. La esfera o espacio de la opinión pública no puede entenderse como institución y, ciertamente, tampoco como organización; no es un entramado de normas con diferenciación de competencias y de roles, con regulación de las condiciones de pertenencia, etc.; tampoco representa un sistema; permite, ciertamente, trazados internos de límites, pero se caracteriza por horizontes abiertos, porosos y desplazables hacia el exterior. El espacio de la opinión pública, como mejor puede describirse es como una red para la comunicación de contenidos y toma de postura, es decir, de *opiniones*, y en él los flujos de comunicación quedan filtrados y sintetizados de tal suerte que se condensan en opiniones públicas agavilladas en torno a temas específicos.¹⁶

Habermas determina una diferencia práctica de la naturaleza del "espacio público", entendido como un concepto abstracto que hace referencia tanto a espacios físicos de intercambio de opiniones como a espacios virtuales. La naturaleza de tales espacios impacta de manera importante al público en su acepción cuantitativa, es evidente que los espacios virtuales de discusión tienen un alcance mayor. Con ello, esta investigación pretende dejar claro como concepto de "espacio público" la referencia de Woldenberg de que por espacio público se entiende "*el ámbito donde se dan las relaciones y la interacción de los actores políticos*".¹⁷

La estructura espacial de encuentros simples y episódicos, fundada en la acción comunicativa, que señala Habermas, puede generalizarse y recibir continuidad en forma abstracta para un público más grande de sujetos presentes.

Para la infraestructura pública de tales asambleas, actos, exhibiciones, etc., se ofrecen las metáforas arquitectónicas del espacio construido en derredor: hablamos de foros, escenas, ruedos, etc. Estos espacios públicos permanecen todavía ligados a los

¹⁶ Ibidem., Habermas, *Facticidad y validez*, p. 440.

¹⁷ José Woldenberg en la presentación del texto de Nora Rabotnikof, *Espacio público y la democracia moderna*, México, Instituto Federal Electoral, 1997, p. 8.

escenarios y teatros concretos de un público presente. Pero cuando más se desligan esos espacios públicos de la presencia física de éste y se extienden a la presencia virtual (con los medios de comunicación de masas como intermediarios) de lectores, oyentes y espectadores diseminados, tanto más clara se vuelve la abstracción que el espacio de la opinión pública comporta, pues no consiste sino en una generalización de la estructura espacial de las interacciones simples.¹⁸

La función del espacio público a decir de Habermas tiene que ver con la necesidad de detectar problemas que afectan a la sociedad en general, en tematizarlos y en coadyuvar a esclarecer las opiniones al respecto de éstos. El espacio público se erige como el canal a través del cual las decisiones tienen que ser sopesadas por la totalidad de miembros de esa sociedad.

El espacio público político sólo puede, empero, cumplir su función de percibir problemas concernientes a la sociedad global y de tematizarlos, en la medida que esté compuesto de los contextos de comunicación de los potencialmente afectados. Es sustentado por un público que se recluta de la totalidad de los ciudadanos. En la pluralidad de voces del público resuena el eco de experiencias biográficas que a lo largo y ancho de la sociedad vienen causadas por los costes externalizados (y las perturbaciones internas) de los sistemas de acción funcionalmente especificados, también por el aparato estatal mismo, de cuya regulación y control sistémicos dependen los complicados y deficientemente coordinados subsistemas funcionales de la sociedad.¹⁹

Que sería a fin de cuentas el juicio que hace Habermas cuando afirma que "el poder público concentrado en los Estados nacionales y territoriales se yergue por encima de una sociedad privatizada y el tráfico de ésta es dirigido por la autoridad".²⁰

Se entiende mejor la naturaleza de la esfera pública al contrastarla con la esfera privada. El contraste es fundamental si se pretende estudiar a la esfera pública como el lugar en el que convergen todas las manifestaciones acerca de temas específicos emitidos por actores individuales dentro de un grupo. El interés particular no es el mismo que el interés

¹⁸ *Ibid.*, Habermas, *Facticidad y validez*, p. 441.

¹⁹ *Ibid.*, p. 445.

²⁰ Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, Gustavo Gili, 1982, p. 175.

general o público, aunque, si esa preocupación afecta de manera preponderante a un grupo más amplio de individuos, por definición alcanzará el rango de tema de interés público. Escribe Habermas:

El umbral entre la esfera de la vida privada y el espacio de la opinión pública no viene marcado por un conjunto fijo de temas y de relaciones, sino por un *cambio en las condiciones de la comunicación*. Éstas varían ciertamente, el modo de acceso a las redes de comunicación, aseguran la intimidad de una esfera y la publicidad de la otra, pero no echan un cerrojo sobre la esfera de la vida privada para encapsularla frente a la esfera de la opinión pública, sino que se limitan a canalizar el flujo de temas de una esfera a otra. Pero el espacio de la opinión pública toma sus impulsos de la elaboración privada de problemas sociales que tienen resonancia en la vida individual.²¹

La semántica de la esfera pública puede variar al tener la función de adjetivar lo común y lo general, del mismo modo que adjetiva lo individual y particular, entendiendo “lo público” como lo que es del interés o de utilidad común, que atañe a lo colectivo, que concierne a la comunidad, y por ende a la autoridad que de ella emana contra lo privado como aquello que se refiere a la utilidad y al interés individual²² esto es, perteneciente o concerniente a un pueblo “de donde se desprende la referencia a la autoridad colectiva, al Estado como sinónimo de político y, más en particular, de estatal”.²³

Otro enfoque de lo público se refiere a “lo visible”, en contraposición a lo oculto o secreto, es decir, lo que puede verse, hablarse y ponerse a examen de la luz pública en contraposición de lo que se encuentra oculto o reservado. Esto es, aquello que está “históricamente vinculado con lo sacro, accesible sólo al saber de los iniciados”²⁴.

La situación de una información oculta representada por “El secreto de Estado, la vigencia de tomar decisiones, la razón de Estado... y la reserva y la confidencialidad”²⁵,

²¹ Habermas, *Facticidad y validez*, p. 446.

²² Rabotnikof, Nora, *Espacio público y la democracia moderna*, México, Instituto Federal Electoral, 1997, p. 8.

²³ *Ibid.*, p. 17.

²⁴ *Ibid.*, p. 18.

²⁵ *Ibid.*, p. 34.

en oposición a la noción ilustrada de publicidad²⁶. Para finalizar está la apertura en contra de lo cerrado, esto es en contra de lo exclusivo de donde se entiende que lo público no es objeto de apropiación particular y está abierto, distribuido. Rabotnikof en su intento de explicar el significado de lo público refiere a las raíces etimológicas de donde explica "El significado de *publicare* (en latín) es confiscar, sustraer del uso particular. Las plazas, la calle, son lugares de uso público, abiertos a todos".²⁷

Estos tres enfoques convergen en una misma idea: la ubicación de lugares donde sujetos ventilan temáticas de interés general. Esta última idea es justamente la razón para el debate político-académico, cuya preocupación es tratar de especificar material y espacialmente la esfera pública en parlamentos, medios de comunicación, cafés, parques, plazas, etc.; sitios donde las relaciones y acciones logran participar y comunicarse hacia la solución de demandas de una comunidad política.

Los medios de comunicación²⁸ han cumplido con su responsabilidad y función social de informar, orientar, educar y socializar. Algunos medios han respondido a la demanda de élites interesadas en establecer patrones de conducta simbólicamente generalizados con estrategias informativas de corte privado, acotando cada vez más la esfera pública para razonar y coartando la posibilidad de debatir problemas de interés general para formar consensos.

²⁶ Donde publicidad se entiende como la "visibilidad, cognoscibilidad, accesibilidad, y controlabilidad de los actos de quien detenta el poder supremo, (esto es), la extensión de la metáfora de las luces que consagra el contraste entre poder visible e invisible", *Ibid.*, p. 34.

²⁷ *Ibid.*, p.20.

²⁸ "Tres son los medios de comunicación que Luhmann considera: 1) el lenguaje, medio funcional de comunicación que permite emplear la comprensión alcanzada como base para ulteriores comunicaciones, y que es una combinación de signos para el sonido; 2) los medios de extensión de la comunicación, como la escritura, la imprenta, la radio, la televisión, etc., que trascienden la comunicación meramente interpersonal, representando un importante nivel de abstracción y lejanía respecto a los sujetos concretos cuya presencia era necesaria en el lenguaje; 3) los medios de comunicación simbólicamente generalizados, que pueden utilizarse para ordenar otras comunicaciones porque ya han realizado en sí mismos, el fin de la comunicación y sirven como referencias para ordenar otras comunicaciones". Ignacio Izuzquiza, *La sociedad sin hombres*, México, Anthropos, 1991, p. 222.

Los *mass media*, como reconocen Alexis de Tocqueville y John Stuart Mill, con su industria cultural están transformando las creaciones intelectuales en simples mercancías destinadas al éxito personalista promoviendo el consumo de conductas alejadas al desarrollo de la razón, con lo que se hace posible que una clase dirigente cuyos "intereses dominantes actúan en provecho del mantenimiento del equilibrio del sistema"²⁹, y manipulan a la opinión pública a través de la selección de temas.

"Debe considerarse al periodismo como un servicio público o como el ejercicio privado de una función pública"³⁰, esto es, que el periodismo debe constituirse en una actividad en donde se pueda operar el juicio de una colectividad, sin tomar en cuenta intereses privados que busquen influir sobre las decisiones políticas utilizando para este fin a los medios. Es decir, la actividad ética del periodismo debe dirigirse a impedir que los medios se conviertan en canales de persuasión de grupos particulares que pretendan establecer políticas informativas en contra de las opiniones que la sociedad civil ofrezca, a fin de escoger la mejor decisión política en torno a un tema de interés general.

Por su parte al plantear la función que en la práctica debería desarrollar el Estado, esto es, convertirse en el encargado de relacionar de la mejor manera a los sistemas político y social, vemos que en la actualidad el Estado se caracteriza por el abuso de poder y la coacción, ejercida en contra de sujetos en favor de convertir en realidad la democratización de la información a través de la "selección de varias alternativas".³¹

En sociedades complejas el manejo de la información asume un significado e intencionalidad por estrategias acordadas entre el Estado y los *mass media*. "El Estado tiene -amén de sus tradicionales funciones de regulación y vigilancia de los contenidos de prensa, radio, televisión y cine, a fin de que se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la paz y la moral pública- la responsabilidad de formular, regular y conducir la política de comunicación del gobierno federal, debido a que es la

²⁹ Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, p. 176.

³⁰ Martín Vivaldi, *Géneros periodísticos*, Madrid, Prisma, 1973, p. 47.

³¹ Izuzquiza, *op. cit.*, p. 209.

entidad encargada de establecer las líneas de coordinación con los otros poderes federales y con los gobiernos de los estados en la República".³²

Para comprender los espacios públicos y privados de la información, la idea anterior expresa la función fundamental del Estado para promover la autorregulación de la función informativa y su presencia en la esfera pública, para determinar las políticas de comunicación social frente al surgimiento de actores que demandan mayor participación en el ejercicio del poder.

Acaparar el ámbito público es asegurar la rentabilidad de acceso a la información política; este interés proviene de una minoría que está generando reacomodos en el poder y desarrollando estrategias informativas que trascienden a la esfera pública a través de mensajes simbólicos, cuyos objetivos son imponer valores mercantilistas y utilitaristas.

Podríamos entonces hablar de una esfera pública virtual donde la interacción despersonalizada está desarrollando comunicaciones que funcionan a través de mensajes simbólicos masificados. El dinero, el poder y el éxito son signos simbólicamente generalizados que permiten "estructurar los diversos tipos y contenidos de comunicación, imponiendo a los mismos una unidad para que puedan entenderse"³³. Lo anterior está generando la disolución del interés general perdiéndose en intereses de grupos de carácter privado.

El espacio público y la existencia de "la vida política se ve quebrantada por la distancia existente entre conducta cultural y económica, entre objetividad del mercado y la conciencia subjetiva de pertenecer a un grupo. La separación completa de la vida pública y de la privada, es capaz de determinar el triunfo de poderes que ya sólo se definirían en términos de gestión y de estrategia y frente a los cuales la mayor parte de la gente se replegaría a un espacio privado, lo cual no dejaría de crear un abismo sin fondo donde antes se encontraba el espacio público, social y político y donde habían nacido las democracias modernas".³⁴

³² Miguel Ángel Sánchez Armas, "El lugar de la comunicación en las sociedades democráticas", *Revista Mexicana de Comunicación*, Agosto-Septiembre 1997, p. 4.

³³ Izuzquiza, *op. cit.*, p. 222.

³⁴ Alain Touraine, *Crítica de la modernidad*, México, Fondo de Cultura Económica, 1995, p. 140.

El término público se emplea para adjetivar un espacio, una esfera; "se le sustantiva, se le usa normativa o descriptivamente".³⁵ La concepción clásica se refiere al antagonismo del par público-privado; la esfera pública³⁶ a la que califica como la "acción de una ciudadanía libre para el tratamiento de los asuntos comunes (*politeia*), como *polis*"³⁷, en presencia de otros ciudadanos. Aquí el papel de la retórica es importante porque permite "la deliberación constitutiva de los temas públicos"³⁸ y la reorganización de espacios físicos como centros de referencia para todos.

La *polis* reivindica la ley escrita, lo cual implica la "norma racional públicamente consagrada, que ya no depende de conocimientos secretos ni de saberes de iniciación"³⁹, sino que depende del consenso razonado al que la colectividad llegue. La accesibilidad general se vincula entonces con la *res publica* que representa "la propiedad universalmente accesible al *populus*".⁴⁰

La modernización de la esfera pública tiene lugar en un momento histórico en el cual las relaciones interpersonales cambian de manera abrupta, es decir, cuando los espacios virtuales de discusión se toman imprescindibles e impactan de manera definitiva en el público. La modernización de la esfera pública tiene que ver con hechos políticos, pero también con adelantos tecnológicos y con la aparición de canales por medio de los cuales el espacio de discusión se amplía teniendo como consecuencia la extensión del alcance de las opiniones a un número mayor de individuos.

La concepción moderna de la esfera pública emana en un marco donde el Estado moderno se consolida e inicia la presencia del mercado. Cuando la Iglesia se tornó en espacio público y la conciencia religiosa se privatizó con la Reforma, la escisión del poder soberano se expresó como la separación entre el presupuesto público y los bienes

³⁵ Rabortnikof, *op. cit.*, p. 15.

³⁶ La concepción clásica define a la esfera pública como "(un espacio) abierto a todo el *demos*, a la ampliación progresiva del círculo de los iguales ante la ley", *ibid.*, p. 22.

³⁷ *Ibid.*, p. 22.

³⁸ *Ibid.*, p. 23.

³⁹ *Ibid.*, p. 25.

⁴⁰ *Ibid.*, p. 25.

domésticos, con la formación de la burocracia de Estado y el ejército profesional, hoy en día la esfera pública se refiere a la sociedad civil⁴¹ y su diferenciación con el Estado.

Ahora "el Estado encarna lo público, al mismo tiempo de reclamar argumentadamente la libertad de sustraerse a la publicidad. El lugar de la decisión política está cerrado a la comunidad y el secreto de Estado justifica la exclusión del conocimiento público"⁴², a pesar de que la sociedad busca emitir sus expresiones de manera pública y elevar así la potencial accesibilidad de todos al ejercicio público de la toma de decisiones. Una evaluación colectiva llevará a la correcta selección de las decisiones políticas "y el raciocinio público será considerado como la base de la integración normativa de la sociedad por medio de la neutralización de perspectivas particulares o de su reelaboración en función de lo general".⁴³

Podemos pensar en el espacio público como el lugar de la vida social donde se lleva a cabo la discusión de temas de interés colectivo que condiciona la formación de la opinión pública. Las personas como entes jurídicos inician la formación de la opinión pública cuando se abandonan los tópicos de la vida cotidiana personal para abordar con otras personas temas que interesan a la vida social, vertiendo opiniones sobre el papel que realiza el Estado y sobre la capacidad que éste tiene para autorizar el uso de la fuerza pública.

Hablar de una sociedad democrática implica el planteamiento de una opinión pública capaz de influir sobre las decisiones gubernamentales, es decir, cuando el ejercicio del poder se somete a las decisiones del juicio público.

⁴¹ "La sociedad civil se compone de asociaciones, organizaciones y movimientos surgidos de forma más o menos espontánea que recogen la resonancia que las constelaciones de problemas de la sociedad encuentran en los ámbitos de la vida privada, la condensan y elevándole, por así decir, el volumen o voz, la transmiten al espacio de la opinión pública-política. El núcleo de la sociedad civil lo constituye una trama asociativa que institucionaliza los discursos solucionadores de problemas, concernientes a cuestiones de interés general, en el marco de espacios públicos más o menos organizados", Habermas, *Facticidad y validez*, p. 447.

⁴² *Ibid.*, p. 28.

⁴³ *Ibid.*, p. 32.

La Edad Media se caracterizaba por una opinión pública que giraba alrededor de las figuras políticas representantes del poder, característica que el Estado moderno de forma democrática no pudo desaparecer, pues el juicio público en estas sociedades sigue girando en torno a figuras públicas identificables como jefe de Estado, representantes individuales de una sociedad regida por leyes establecidas y que determinan su existencia por el proceso histórico que le antecede.

La figura del jefe de Estado en similitud con la nobleza del medioevo se convierte en un modelo de representación del poder que condiciona a la opinión pública a girar en torno a esa figura. Sin embargo se establecen concepciones que diferencian a las sociedades monárquicas del medioevo de las sociedades democráticas de la actualidad, mientras en las primeras el rey encarnaba al país, es decir eran el país; en las segundas, se habla de una representación, es decir, la existencia del jefe de Estado con capacidad de representar al pueblo.

Este proceso de diferenciación, se inicia cuando el Parlamento inglés limita las capacidades absolutas de decisión del monarca y vuelve relativo el poder absoluto. Esto es, las decisiones políticas que hasta entonces atañían a una persona, se condicionan a la aceptación que una institución (el Parlamento) pueda otorgar a esas decisiones. La idea de una representación del rey cambió, de representar al poder implícito en la figura real a representar el poder que la opinión pública tenía en el ejercicio de las decisiones.

El proceso no se dio de la noche a la mañana, la oposición a que la figura omnipotente del monarca como contenedor y ejecutor del poder público desapareciera, tuvo como consecuencia que aquellos que deseaban la desaparición de tal figura apelaran al juicio de la colectividad.

El Inglaterra "entre el siglo XVII y XVIII las fuerzas empeñadas en conseguir influencia en las decisiones del poder estatal apelan al público racionante para legitimar sus exigencias ante esta nueva tribuna"⁴⁴ y de esa nueva forma integran a la sociedad civil como elemento participante de las decisiones gubernamentales.

⁴⁴ Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, p. 94.

La participación de la sociedad civil en el debate público de los asuntos políticos tuvo como consecuencia que el equilibrio que se pretendía existente entre el representante monárquico y la representación de la burguesía se rompiera. Es decir, la participación política de lo que se determina sociedad civil, impidió con su participación, en primer lugar la continuación de un estado monárquico unipersonal y la consolidación de la burguesía como un grupo de poder.

Es entonces cuando en contra del poder emanado del espacio público, la burguesía opone a este poder el principio de los controles sociales. Es decir, ante la posibilidad de frenar el acceso de la influencia del juicio público de naturaleza colectiva en las decisiones políticas, por métodos de naturaleza política, la burguesía crea mecanismos que interesen de manera directa a estos sectores: la publicidad y la divulgación política. "La publicidad política surge en Inglaterra en el cambio de siglo entre el XVII y el XVIII", en el momento en que los burgueses, lejos de aceptar una legitimación de la clase social como residente del poder estatal, intentan una transformación del poder en sí, esto es, intenta cambiar los mecanismos de ejercicio del poder.

La opinión pública como mecanismo de influencia se forma cuando el pueblo tiene la capacidad de la regulación constitucional, esto es, cuando el pueblo tiene la capacidad de dictar y hacer cumplir normas establecidas por éste. En este planteamiento, el pueblo se convierte en el detentador del poder constituyente al mismo tiempo que se vuelve el poder constituyente, colocándose por encima de cualquier regulación constitucional.

El pueblo es más que un simple órgano del Estado, pues tiene competencia para resolver asuntos oficiales; asimismo, adquiere existencia en la esfera de lo público. Cuando en el siglo XVIII la literatura política y la Teoría del Estado reconocen y tratan el concepto de opinión pública como factor especial de la vida estatal se vierten diversas explicaciones acerca del papel que este elemento social desempeña.

Los filósofos de la Ilustración, partidarios de un despotismo ilustrado, veían en una opinión pública ilustrada el control de toda actividad estatal y una garantía de seguridad contra cualquier abuso del poder del Estado. Es entonces cuando la libertad de expresión y la libertad de prensa se convierten en instituciones políticas transformándose de inmediato en derechos políticos de carácter general.

Las Constituciones modernas muestran un amplio espacio dentro de su estructura para enunciar los derechos fundamentales de los individuos, tal importancia otorgada a estos derechos es una muestra de lo que el modelo liberal pretendía crear en el ámbito del espacio público.

Los derechos emanados de esas Constituciones garantizan a la sociedad como un territorio de la autonomía privada; esto es, que las funciones otorgadas al órgano encargado del poder público se reducen mientras en el espacio público se debaten las decisiones políticas que interesan a la sociedad para convertir a la autoridad política en una instancia racional, lo anterior significaría que con base en la discusión y la exteriorización pública de ideas privadas, las decisiones políticas se fundamenten en el consenso de la sociedad a la que le atañe el problema.

La importancia del debate general para la toma de decisiones parecía garantizado quedando sólo la cuestión que se plantearía en el momento en que, insertos en una sociedad de libre intercambio de mercancías, el tránsito de la gente privada podría emanciparse de los poderes públicos y, por otro lado, si la presencia de esa gente privada en el espacio público, como expositor de una idea, podría liberarse de las presiones políticas.

Las revoluciones sociales otorgaron a la prensa un importante papel en la formación de la opinión pública y gestaron los cambios posteriores que experimentó. De esta forma, la prensa se convirtió en un elemento necesario para la conformación de una opinión pública dentro de las sociedades modernas. Una opinión pública "concentrada en un punto y dotada de impulsos homogéneos, capaz de impulsar la vida política".⁴⁵

El periodismo, esto es, la información contenida en la prensa, se convirtió en un asunto de ávidos consumidores. Lo anterior se puede observar en Francia cuando en 1789 los parisinos tuvieron noticias de los comités menos importantes y para 1848 cualquier político importante tenía en su poder un club o un periódico. Durante el proceso de legitimación del espacio público-político, la publicación de un periódico político significaba

⁴⁵ Habermas, *Teoría de la acción comunicativa*, Madrid, Taurus, 1987, p. 97.

el compromiso en la lucha no sólo por la libertad de expresión, sino por los espacios de libertad de la opinión pública.

El concepto de libertad abarcó más allá de las connotaciones que había tenido hasta entonces, la libertad se convirtió en un derecho con independencia total del juicio público ("Puedo no estar de acuerdo con lo que dices, pero daría la vida para que lo pudieras decir"), esto es, el espacio público, como espacio de discusión tuvo desde entonces la capacidad del disentimiento.

El debate era el momento donde las ideas individuales son expuestas, de ahí a la toma de decisiones media el consenso, esto es la decisión de la mayoría. Esto sin embargo, no impide que ideas diferentes a la de esas mayorías se sigan expresando, en virtud de que la libertad debe respetarse en cualquier sociedad con independencia de la opinión de la mayoría. En este sentido, el espacio público era el principio de existencia de la sociedad.

Vendría después la sociedad del Estado de Derecho (*Habeas corpus*, *Declaration of rights*) en donde el periodismo se descargaría de la constante presión de sus convicciones. Entonces desaparece su carácter polémico y se perfila seriamente como una posibilidad de empresa comercial, en países como Inglaterra, Francia y Estados Unidos; tal tendencia no tarda en confirmarse.

Cuando el periodismo parecía perfilarse como el canal por el cual las personas privadas podrían convertir a la prensa como un espacio público de pluralidad necesaria para la correcta discusión de los temas públicos, este incipiente espacio público se ve invadido por intereses personales y privados, que al emitir sus juicios en la prensa, amenazan seriamente con convertirse en falsos principios públicos.

Esta transgresión a la prensa que la convierte de espacio público, para el debate de ideas, en un instrumento de formación de juicios que tienden a volverse públicos, es lo que anima a Habermas a declarar que "el público políticamente racionante se instala sobre todo en las tertulias privadas de los burgueses"⁴⁶, esto es, que el juicio público deja de ser el generador de ideas a discutir para convertirse en el medio de legitimar las

⁴⁶ Habermas, *Teoría de la acción comunicativa*, p. 108.

opiniones de estos intereses privados por medio de la discusión de sus ideas, que de manera paulatina se convierte en el único motivo de discusión.

El debate para definir qué es lo público y lo privado, encontrar sus límites y alcances en las sociedades modernas continúa hoy en día, porque la opinión pública se encuentra en constante transformación debido, entre muchos factores, al avance tecnológico; es decir, el desarrollo de la televisión y de las redes informáticas. Asimismo, a que la gente desea participar cada vez más en actividades de carácter político, esto es, a la ampliación de la esfera pública de discusión sobre temáticas de interés general que afectan intereses específicos.

Es importante destacar que existe una laguna de ley, no hay legislación en redes informáticas como internet, el flujo de información rompe con fronteras que no pueden ser controladas porque la sociedad construye cada vez más canales de comunicación complejos. El espacio público se abre gracias al desarrollo de la televisión, cine y la radio que son medios masivos, incluso la discusión política no sólo se concentra en el parlamento, sino que salió a las calles, en sitios de convivencia como cafés y plazas públicas, entre otros sitios más.

Las crisis política y económica, al afectar los diversos intereses de diferentes públicos, propician el interés de participar en el ejercicio del poder, y es aquí donde la discusión e incluso la decisión la tiene la sociedad.

Algo acerca de la idea de Modernidad Política

Cuando utilizamos el término “moderno”, por lo regular nos referimos a un proceso o un conjunto de procesos que inciden en determinado medio social con el fin de cambiar las estructuras tradicionales de éste. Esto es, lo que atañe a lo moderno será lo que represente las nuevas formas características de ese medio social. La idea de modernidad implica un cambio radical en cuanto a los mecanismos de funcionamiento de determinado campo, se habla de una renovación implícita de lo tradicional o, en su caso, de una fractura definitiva con lo tradicional.

Históricamente se puede ubicar el nacimiento del término "moderno", aunque también se encuentran discrepancias acerca del sentido que tal concepto adquiere. Menciona al respecto Jürgen Habermas:

La palabra moderno, en su forma latina *modernus* se empleó por primera vez a finales del siglo V para distinguir el presente, que se había convertido oficialmente en cristiano, del pasado romano y pagano. Con contenido variable, el término "moderno" expresa una y otra vez la conciencia de una época que se pone con relación al pasado de la antigüedad para verse a sí misma como el resultado de una transición de lo viejo a lo nuevo.⁴⁷

Sin embargo, Jesús Ballesteros afirma que el término "moderno" surgió de la catalogación de un nuevo estilo artístico.

La expresión "moderno" aparece por primera vez – como destaca Panofsky– en la gran obra del pintor e historiador del arte Giorgio Vasari (1511-1574) para designar la nueva manera de pintar, representada paradigmáticamente por León Battista Alberti (1404-1472) y por Leonardo Da Vinci (1452-1519), caracterizada por su cientificidad, frente a la *maniera antica* de los clásicos, y la *vecchia* de los bizantinos.⁴⁸

Es evidente que en un principio, no se concebía a lo moderno como una forma de transformación política, sino relacionado con fenómenos sociales de carácter religioso o artístico. La entrada del término al vocabulario político sería hacia el periodo en el que los pensadores ilustrados modificaron, de manera radical, las ideas acerca del papel del Estado.

La época histórica que se conoce de modo prácticamente unánime como "Tiempos Modernos" se habría constituido a partir de mediados del siglo XV bajo el signo de la primacía del "mercado", pero habría mantenido una cierta autonomía de la esfera política (en la que se había desarrollado la idea de los derechos humanos) y de la esfera cultural (que habría conducido finalmente en la tesis del arte por el arte).⁴⁹

⁴⁷ Habermas, *"Modernidad versus postmodernidad"*, *Modernidad y postmodernidad*, México, Alianza, 1990, pp. 87-88.

⁴⁸ Jesús Ballesteros, *Postmodernidad: decadencia o resistencia*, Madrid, Tecnos, 1989, p. 17.

⁴⁹ *Ibid*, p. 11.

La llegada de la Ilustración trajo consigo toda una nueva concepción acerca de lo moderno. El rompimiento con los dogmas religiosos y la intención de querer entronar a la razón como requisito indispensable y único para la explicación de todos los fenómenos que afectan el ambiente de los seres humanos, fenómenos tanto de naturaleza física como social. La Ilustración fue la piedra de toque definitiva para salir del ostracismo medieval y dirigirse hacia una realidad fundada en el conocimiento.

El proyecto de modernidad formulado en el siglo XVIII por los filósofos de la Ilustración consistía en sus esfuerzos por desarrollar la ciencia objetiva, la moralidad y la ley universales, y el arte autónomo, de acuerdo con su lógica interna. Al mismo tiempo este proyecto pretendía liberar los potenciales cognitivos de cada uno de estos dominios para emanciparlos de sus formas esotéricas. Los filósofos de la Ilustración quisieron utilizar esta acumulación de cultura especializada para el enriquecimiento de la vida cotidiana, es decir, para la organización racional de la vida social de cada día.

Los pensadores de la Ilustración del temperamento de Condorcet todavía tenían la extravagante esperanza de que las artes y las ciencias no sólo promovieran el control de las fuerzas naturales, sino fomentarían la comprensión del mundo y del sujeto, y promoverían el progreso moral, la justicia de las instituciones e incluso la felicidad de los seres humanos. El siglo XX ha acabado con este optimismo. La diferenciación de la ciencia, la moralidad y el arte ha venido a significar autonomía de los segmentos tratados por el especialista, dejando al mismo tiempo que se alejen de la hermenéutica de la comunicación cotidiana. Esta escisión es el problema que ha originado esfuerzos por negar la cultura de los expertos.⁵⁰

A partir de estas ideas, filósofos como Martin Heidegger intentan definir el concepto de modernidad al basarlo, sobre todo, en el concepto de individualidad contrapuesto al de colectividad. Para Heidegger, la idea acerca de "ser moderno", reside en la capacidad del individuo para transformar su entorno al reconocerlo.

Ser moderno equivale ver el mundo como una imagen, lo que es equivalente a la aparición del hombre como *subjectum* dentro de lo existente [...] y ser *subjectum* significa tanto como ser capaz de objetivizar, esto es, de visualizar objetivamente, de cuantificar con exactitud, de

⁵⁰ Habermas, *op. Cit.*, p. 95.

calcular, ya que la libertad moderna de la subjetividad se resuelve íntegramente en la objetividad que es inherente.⁵¹

Generalmente al entender a la modernidad como una ruptura para el mejoramiento de la vida, se da por entendido que ésta representa el avance a una nueva concepción de los fenómenos para la comprensión de la realidad física o de la realidad social. La modernidad representa los procesos que se dan en el presente para construir el futuro ya sea por medio de la transformación del pasado o por la ruptura definitiva con éste.

La clave de la Modernidad es la certeza de que el futuro será mejor que el pasado y el presente, la certeza de que el futuro más o menos lejano coincide con la plenitud. Como ha escrito recientemente Ignacio Sotelo en su artículo "La España del año 2000": "El futuro es la categoría fundamental que introduce a la modernidad: todo lo que por llegar se considera mejor que lo acontecido, supuesto que se deduce de la idea de progreso. Con esta certeza, el futuro, que es lo todo, importa poco; sea cual fuere, siempre será mejor que el presente. El progresista vive abierto al futuro, sin preocuparse realmente por él".⁵²

Podemos decir que la modernidad es una constante lucha entre el pasado y el futuro, donde el pasado es representado por la tradición y el futuro por el progreso. La modernidad reniega y se rebela en contra de lo establecido, en el entendido que el cambio que propone es una forma de mejorar lo existente. De esta manera impone un nuevo orden, tanto en la comprensión por medio del conocimiento como en la asimilación por medio de la costumbre. "La modernidad se rebela contra las funciones normalizadoras de la tradición; la modernidad vive en la experiencia de rebelarse contra todo lo que es normativo. Esta revuelta es una manera de neutralizar las pautas de la moralidad y la utilidad".⁵³

La modernidad se aplica y afecta a lo cotidiano, a las relaciones humanas tanto colectiva como socialmente. Afecta de manera interesante a todos los campos contextuales de la actividad humana. La cultura es uno de los ámbitos en los cuales la modernidad se manifiesta de manera más clara, al poner en contraste la resistencia o desacuerdo con las tradiciones y las normas que rigen por imposición.

⁵¹ Heidegger, *Sendas perdidas*, Buenos Aires, Losada, 1960, p. 76.

⁵² Ballesteros, *op. Cit.*, pp. 35-36.

⁵³ Habermas, *op. Cit.*, p. 90.

Max Weber caracterizó la modernidad cultural como la separación de la razón sustantiva expresada en la religión y en la metafísica en tres esferas autónomas. Estas son la ciencia, la moralidad y el arte. Estas llegaron a diferenciarse porque las concepciones unificadas del mundo de la religión y la metafísica se desmembraron.⁵⁴

Por otra parte, Habermas interpreta a Daniel Bell acerca del mismo tema y afirma:

Daniel Bell dice en su libro *Las contradicciones culturales del capitalismo* que la cultura moderna es completamente incompatible con la base moral de una orientación intencional racional de la vida. De este modo, Bell coloca el peso de la responsabilidad por la disolución de la ética protestante (un fenómeno que ya inquietó a Max Weber) en la "cultura del adversario". La cultura en su forma moderna, excita el odio a las convenciones y virtudes de la vida cotidiana, que ha sido racionalizada bajo las presiones de imperativos económicos y administrativos.⁵⁵

La idea de modernidad, sin embargo, se aplica sobre todo a los cambios que experimentan las sociedades y sus formas de gobierno. Cuando hablamos de modernidad política, por lo general nos referimos a los cambios que se establecen en el advenimiento de una nueva forma de Estado, esto es, del cambio en las relaciones entre los gobernantes y los gobernados.

La modernidad política a partir del siglo XVIII vería al hombre fundamentalmente como *citoyen*, y sus armas serían fundamentalmente la libertad de opinión, y el derecho de crítica. La Modernidad política, en sus posturas más radicales, pretendería sujetar a la economía a la opinión colectiva, haciéndola más transparente e igualitaria, lo que equivaldría de hecho a acabar con el capitalismo.⁵⁶

La modernidad política es visible en la división que se establece entre el espacio público y el espacio privado. Lleva implícita la idea de una división de roles al interior de la sociedad, aquellos que tienen que ver con la vida privada y los que tienen que ver con la vida pública.

⁵⁴ *Ibid.*, p. 94.

⁵⁵ *Ibid.*, p. 91.

⁵⁶ Ballesteros, *op. Cit.*, p. 11.

La conquista fundamental de los tiempos modernos se encuentra sin duda en el ámbito del derecho y consiste en el reconocimiento de la existencia de una esfera reservada al individuo en la que no cabe interferencia alguna por parte de la autoridad o de las otras personas, sin consentimiento del individuo. Es precisamente lo que se conoce, desde la famosa conferencia de 1819 del doctrinario francés Benjamin Constant (1767-1830), como "libertad de los modernos", en oposición a la "libertad de los antiguos", cuyo rasgo fundamental sería la participación política.⁵⁷

La modernidad implica una serie de procesos que representan la manera en la cual ésta se convierte en la nueva realidad social. A este conjunto de procesos se le conoce como modernización. La idea de modernización es una construcción puramente occidental que tiene que ver con la idea de progreso establecida por el sistema capitalista. La modernización implica cambios estructurales en diversos campos de la vida humana, como la investigación científica, el arte, las relaciones comerciales y, por supuesto, la política y la configuración del Estado.

El gran estudioso de la Modernización, el pensador alemán Max Weber, en el magistral prólogo de su libro *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, destaca los peligros de las aportaciones exclusivas de Occidente a la historia humana:

- La ciencia moderna, basada en la razón especializada, que posibilita el dominio del mundo.
- El Estado centralizado y burocratizado.
- El capitalismo, que organiza la producción y distribución de recursos desde el primado del afán de lucro y la libertad de mercado.⁵⁸

Podemos decir que la modernización es uno de los procesos que afectan en mayor medida las situaciones de la vida cotidiana, no solamente aquellas de carácter político, sino también las de carácter religioso, moral y cultural. A fin de cuentas, el que la modernización afecte de manera directa el estilo de vida material de la sociedad implica que ese cambio se manifieste en terrenos como la transmisión de valores, reglas o en el planteamiento de nuevas perspectivas.

⁵⁷ *Ibid.*, p. 54.

⁵⁸ *Ibid.*, pp. 118-119.

Las tareas de transmitir una tradición cultural, de la integración social y de la socialización requieren adherirse a un criterio de racionalidad comunicativa. Las ocasiones para la protesta y el descontento se originan exactamente cuando una forma de modernización guiada por pautas de racionalidad económica y administrativa penetra esferas de acción comunicativa centradas en la reproducción y transmisión de valores y normas; sin embargo, esas mismas esferas dependen de pautas de lo yo llamaría racionalidad comunicativa.⁵⁹

La idea de modernización implica efectos directos sobre la sociedad en la cual ésta se lleva a cabo. En la lógica del mercado, el que existan mecanismos para desplazar mano de obra o adelantos tecnológicos tendientes a la especialización y optimización de la producción, implica que un sector de esa población resultará afectado. Para Jesús Ballesteros es necesario que se analice la realidad de la marginación como ejemplo elocuente de la quimera de la modernización. El concepto de marginalidad es identificable con el de marginación, surge en Latinoamérica en la década de los setenta. La marginación es el desequilibrio entre lo público y lo privado. Lo que caracteriza mejor la realidad de la marginación es la exclusión de la comunicación social y la participación política, consecuencia del rol o status devaluado en que se encuentra.⁶⁰

El Estado moderno es un concepto político que se refiere a la forma de organización social en la cual el gobierno delega responsabilidades a un número de personas que se encuentran a cargo de la administración de las actividades públicas. Asimismo es una construcción occidental que se basa en la idea de la participación de todos los integrantes de una sociedad en el ejercicio del poder y tiene como forma de gobierno a una democracia.

El Estado moderno es una asociación de dominación con carácter institucional que ha tratado, con éxito, de monopolizar dentro de un territorio la violencia física legítima como medio de dominación y que, a este fin, ha reunido todos los medios materiales en manos de su dirigente y ha expropiado a todos los funcionarios estamentales que antes disponían de ellos por derecho propio, sustituyéndolos con sus propias jerarquías supremas.⁶¹

⁵⁹ Habermas, *op. Cit.*, p. 93.

⁶⁰ Cfr. Ballesteros, *op. Cit.*, p. 43.

⁶¹ Max Weber, "La política como vocación", *Escritos políticos II*, México, Folios, 1982, p. 314.

La conformación del Estado moderno se da cuando quien detenta el poder retira los derechos de explotación a los particulares, y establece una administración que regula la propiedad social de manera tal que se tomen decisiones dirigidas a obtener el mayor bienestar público. Es también aquel donde el titular de la administración acapara el poder sobre los medios de producción, al crear una estructura que monopoliza las decisiones.

En todas partes el desarrollo del Estado moderno comienza cuando el príncipe inicia la expropiación de los titulares "privados" de poder administrativo que junto a él existen: los propietarios por derecho propio de medios de administración y de guerra, los recursos financieros y de bienes de cualquier género políticamente utilizables. Este proceso ofrece una analogía total con el desarrollo de la empresa capitalista mediante la paulatina expropiación de todos los productores independientes. Al término del proceso vemos cómo en el Estado moderno el poder de disposición sobre todos los medios de la empresa política se acumula en la cúspide, y no hay ya ni un solo funcionario que sea propietario del dinero que gasta o de los edificios, recursos, instrumentos o máquinas de guerra que utiliza. En el Estado moderno se realiza, pues, al máximo (y esto es esencial a su concepto mismo) la "separación" entre el cuadro administrativo "empleados u obreros administrativos" y los medios materiales de la administración.⁶²

El destino de nuestro tiempo, racionalizado e intelectualizado y sobre todo desmitificador del mundo, es donde precisamente los valores últimos y más sublimes desaparecieron de la vida pública y se han retirado o bien al reino ultraterreno de la vida mística o bien a la fraternidad de las relaciones inmediatas de los individuos entre sí. Analizando el tema del Estado moderno, escribe Weber: "Ningún país, ninguna época, se ha visto tan inexorablemente condicionado como el de Occidente a encasillar toda nuestra existencia, todos los supuestos básicos de orden político, económico y técnico de nuestra vida en los estrechos moldes de una organización de funcionarios especializados, de los funcionarios estatales, técnicos, comerciales y especialmente jurídicos, como titulares de las funciones más importantes de la vida social".⁶³

⁶² *Ibid.*, pp. 313-314.

⁶³ Ballesteros, *op. Cit.*, p. 119.

Algo acerca de los conceptos de opinión y juicio

Antes de explicar el proceso por medio del cual se origina la opinión pública, debemos tener claros dos conceptos fundamentales en el desarrollo de este trabajo: opinión y juicio. De entrada y en sus acepciones más simplificadas tenemos que opinión es “un concepto que se forma o expresa de una cosa cuestionable”⁶⁴, mientras que juicio representa “la operación del entendimiento que compara dos (o más) ideas”.⁶⁵

De lo anterior podemos deducir que mientras la opinión es un sentir particular acerca de determinada cuestión, el juicio es la operación comparativa mediante la cual se emitirá una conclusión acerca de las diversas opiniones del mismo tema. Esto es, la opinión parte de la revisión de realidades diversas acerca de un mismo tema, en tanto que el juicio se remite a la formación de un sentimiento valorativo acerca de la misma cuestión. Apunta Habermas:

Ahora son los ciudadanos mismos quienes deliberan acerca de, y —en el papel de legisladores constituyentes— deciden cómo, han de estructurarse los derechos que den al principio de discurso la forma jurídica que lo convierta en un “principio de democracia” o “principio democrático”.⁶⁶

La idea de juicio a partir del análisis comparativo de las opiniones encuentra en la teoría de Habermas uno de los más brillantes tratamientos. Por lo que nos basaremos en este autor para establecer tal diferencia. Debemos entender que la valoración, esto es, el proceso de enjuiciamiento, tiene que partir de la existencia de nociones (ideas) acerca de un tema. El proceso de valoración nos otorgará elementos suficientes como para plantear la formación de una opinión más amplia en el espectro social, esto es, una opinión pública.

El criterio de enjuiciamiento es el carácter discursivo de la formación de la opinión y de la voluntad, en especial la cuestión si en la decisión legislativa han resultado determinantes razones defendibles públicamente o intereses privados que no pueden declararse en el marco

⁶⁴ *Gran diccionario enciclopédico ilustrado*, México, Selecciones del Reader's Digest, 1979.

⁶⁵ *Ibid.*

⁶⁶ Habermas, *Facticidad y validez*, p.193.

de las discusiones parlamentarias: "Uno de los rasgos distintivos de este planteamiento es que el resultado del proceso legislativo se convierte en secundario. Lo importante es si es la deliberación —no distorsionada por el poder privado— lo que ha dado lugar al resultado."⁶⁷

El juicio es una operación individual, esto es, parte del sujeto que, a través de una serie de razonamientos lógicos, otorga validez o nulifica el papel coercitivo de determinada opinión sobre su realidad. De las conclusiones que se generen en ese proceso, obtendremos elementos que nos permitan emitir una opinión hacia las demás personas para conseguir que éstas la tomen como propia.

Por "discurso racional" entiendo toda tentativa de entendimiento acerca de pretensiones de validez que se hayan vuelto problemáticas, en la medida en que esa tentativa tenga lugar bajo condiciones de comunicación que dentro de un ámbito público constituido y estructurado por deberes ilocucionarios posibiliten el libre procesamiento de temas y contribuciones, de informaciones y razones.⁶⁸

El proceso de enjuiciamiento de las opiniones debe de generar una serie de elementos conducentes a crear normas que puedan ser aplicadas a la sociedad en general. La formación de la opinión pública, vista como un juicio valorativo compartido por una colectividad, debe llevar a buen fin el consenso creado a través de una idea. Sin embargo, para que tales conclusiones se conviertan en normas de conducta reconocidas, deben de ser compartidas, colectivas y aceptadas por consenso.

En la medida en que los derechos de participación y de comunicación son ingrediente esencial de un procedimiento de producción de normas, que quepa considerar eficaz a efectos de fundar legitimación, tales derechos subjetivos no pueden ni percibirse ni tomarse efectivos a título de derechos de sujetos jurídicos privados aislados, sino que más bien ha de vérselos y tomárselos efectivos en la actitud de participantes en una práctica de entendimiento intersubjetivo, que actúan orientándose al entendimiento.⁶⁹

⁶⁷ *Ibid.*, p. 350.

⁶⁸ *Ibid.*, pp. 172-173.

⁶⁹ *Ibid.*, p. 94.

Toda deliberación acerca de normas de conducta, legislativas o morales, deben tomar en cuenta, ante todo, el bien común. La deliberación acerca de estas normas debe llevar siempre a la toma de decisiones que contemplen el bien público. Así como no se puede hacer un pronunciamiento legal o moral a título personal con la intención de imponerlo sin más, no se puede tomar una decisión que implique acciones y represalias sin antes tener el acuerdo de todos los integrantes de esa colectividad.

De la propia naturaleza de las cuestiones políticas se sigue que, en el medio del derecho, la normación de formas de comportamiento se abre, por así decir, a la persecución de fines colectivos. Con ello se amplía el espectro de razones que resultan relevantes para la formación de la voluntad política: a las razones morales se añaden razones éticas y razones pragmáticas. Con lo cual los acentos se desplazan de la formación de la opinión a la formación de la voluntad.⁷⁰

Del enjuiciamiento a la creación de una opinión compartida y aceptada socialmente y, de ahí, a la toma de decisiones encaminadas al bien común, no queda más que la vigilancia para que esto se lleve a cabo en un ambiente de diálogo y concertación de acuerdos. Todo este proceso apunta, en una sociedad moderna, a la creación de normas y a la práctica de acciones que garantice una convivencia armónica.

Hannah Arendt contrapone "poder" (power) y "violencia" (violence), es decir, la fuerza generadora de consenso de una comunicación enderezada al entendimiento y la capacidad de instrumentalización de una voluntad ajena para los propios fines de uno: "El poder brota de la capacidad humana, no de actuar o hacer algo, sino de concertarse con los demás para actuar de común acuerdo con ellos". Tal poder comunicativo sólo puede formarse en los espacios públicos no deformados y sólo puede surgir a partir de las estructuras de intersubjetividad no menoscabada de una comunicación no distorsionada. Surge allí donde se produce una formación de la opinión y la voluntad comunes, que con la desencadenada libertad comunicativa de cada uno "para hacer uso público de su razón en todos los aspectos", hace valer la fuerza productiva que representa una "forma ampliada de pensar". Pues ésta se caracteriza por "atener uno sus juicios a los juicios, no tanto reales como posibles, de los otros, y ponerse en el lugar de cada uno".⁷¹

⁷⁰ *Ibid.*, p. 219.

⁷¹ *Ibid.*, p. 215.

1.2. La formación de la opinión pública en las sociedades modernas

La relación entre los conceptos de modernidad y opinión pública se encuentra justificada de manera terminante en la influencia que ha tenido uno en el otro; en la actualidad la definición de uno de estos conceptos tendría que remitirnos necesariamente al otro. Es decir, el concepto de modernidad tendría que definirse a partir de la idea de opinión pública, ya que el mismo concepto por naturaleza implica la idea de una sociedad regida por características sociales, políticas y económicas delimitadas en un contexto histórico determinado.

Si se pretende que exista democracia en una sociedad, se debe de dar voz a todas las expresiones e ideas políticas que van a constituir la opinión pública, esto es, la idea que se hace del conocimiento de la mayoría y que se pone a debate.

Al entrar los medios de comunicación dentro de esta lógica, son parte esencial del proceso de manifestación de la opinión pública. Los *mass media*, por lo demás característica inconfundible de la idea de modernidad, se han convertido en parte importante e inamovible dentro del proceso de construcción del espacio público.

La idea de sociedad moderna precisa libertad de pensamiento, de prensa y comunicación, es decir el desarrollo de los medios de comunicación masivos. Una sociedad con medios de comunicación que sirven de intermediarios entre el Estado y los integrantes de ésta merece el calificativo de sociedad moderna siempre y cuando éstos se establezcan como canales de opinión acerca de los asuntos de naturaleza política (en donde se incluyen los asuntos de interés social, de reproducción de grupos de interés, culturales y de identidad nacional, la moral pública, etc.) que interesan al Estado.

La inquietud por reflexionar acerca de los factores que intervienen e influyen sobre el control de la actividad estatal, al expresar la construcción de la esfera pública como la formación de la opinión pública, no es nueva.

Desde que los individuos comenzaron a discutir en las plazas públicas asuntos políticos, e incluso a organizarse para demandar sus derechos que les correspondían como ciudadanos, el ejercicio del poder comenzó también a ser del interés colectivo. A los

sujetos les interesaba influir en las acciones de los monarcas y los señores feudales, y posteriormente con la formación del Estado moderno, a opinar y criticar las políticas públicas de los presidentes y primeros ministros. Estas modificaciones en las conductas colectivas de demandar participación conllevó a que la esfera pública se ampliara y los espacios de discusión se democratizaran, es decir, a la libre expresión de las ideas y acceso a informaciones que en otrora eran competencia del congreso y de un grupo de hombres ilustrados.

Carl Schmitt fue uno de los primeros teóricos que reconoció que la esfera pública tiene una estrecha relación con la "libertad de manifestación del pensamiento y libertad de prensa. De ahí reciben el carácter de derechos políticos".⁷² La libertad de opinión que cada individuo tiene dentro de la sociedad adquiere rango de derecho en el momento en que esa libertad es reconocida por el Estado, lo que añade un nuevo integrante a esta relación entre medios y Estado, la sociedad civil.

La idea de sociedad moderna proviene precisamente de la existencia y manifestación de estos tres entes, una sociedad moderna, que por necesidad se reconoce democrática, "posee instituciones políticas sólidas, flexibles, coherentes: burocracias eficientes, partidos políticos bien organizados, un alto grado de participación popular en los asuntos públicos, sistemas eficaces de control civil sobre los militares, importante injerencia del gobierno en la economía, y procedimientos aptos para asegurar la continuidad y frenar el conflicto político. Cuentan con la lealtad de sus ciudadanos, y por lo tanto pueden recaudar impuestos, reclutar mano de obra e innovar y realizar su política. Si el Politburó, el gabinete o el Presidente adoptan una decisión, es muy probable que se la ponga en práctica por medio del aparato gubernativo".⁷³

Esto nos da una idea acerca de cuáles son los elementos que constituyen a la sociedad moderna, la toma de decisiones del Estado está siendo regulada por la vigilancia de la opinión pública (expresión de la sociedad civil) manifestada en los medios de comunicación.

⁷² Carl Schmitt, *Teoría de la Constitución*, Madrid, Alianza - Universidad, 1992, p. 27.

⁷³ Samuel P. Huntington, *El orden político en las sociedades en cambio*, Buenos Aires, Paidós, 1992, p. 13.

Se puede decir que en el ámbito de la opinión pública tres son los principales actores que están propiciando la formación de cambios dentro del sistema político-social y particularmente en el ámbito de la opinión pública: Estado, Sociedad Civil y Medios de Comunicación.

Los integrantes del sistema social, de manera constante y cotidiana, se disputan el mercado de las opiniones con lo que están retrasando la construcción de una opinión pública moderna cuyo papel sea representar a la mayoría y que al mismo tiempo tenga autonomía hablando en términos comunicativos, siendo esto lo que le permita establecer un "intercambio de opiniones de forma fluida y no coercitiva"⁷⁴, ya que hoy en día su función está acotada porque los sujetos no son lo suficientemente capaces de pensar problemas comunes de gobierno.

Esto es, mientras las opiniones de los diferentes integrantes de la sociedad se encuentren en puntos divergentes, la aportación para la creación de una opinión pública moderna será nula; es necesario que los integrantes de esta sociedad comiencen a pensar, discutir y decidir acerca de problemas comunes, en ese momento iniciará el camino hacia la construcción de una opinión pública moderna.

La opinión pública no sólo toma forma en condiciones, tiempos y espacios determinados, sino se transforma conforme las ideas, los proyectos y simbologías de los intereses de las sociedades.

En el caso de las sociedades modernas, ya no se habla de opinión pública, sino de opiniones de públicos que se manifiestan en favor o en contra de temáticas segmentadas, pero esta situación vuelve complejos aún más el desarrollo y formación de una opinión pública homogénea con la idea de Habermas, pues por el contrario, se comprueba el postulado lumanniano, esto es, que la opinión pública como tal no existe, en sociedades modernas hay núcleos no unificados que emiten opiniones no sustentadas en procesos mentales razonados con bases y sustentos informativos veraces.

⁷⁴ María Pía Lara, *La democracia como proyecto de identidad ética*, México, Anthropos UAM-Iztapalapa, 1992, p. 68.

A pesar de que existen estudios que han profundizado mucho sobre la temática de la opinión pública, pocos son los que plantean propuestas concretas para modernizarla por medio de la apertura de espacios de opinión, debate, discusión e incluso decisión.

La opinión pública, entendida como un nexo entre las diversas fuerzas sociales y el gobierno, requiere para su formación de organizar un esquema en donde la pluralidad y la suma de intereses se conviertan en factor común. Acerca de esto, los estudiosos del tema tratan de dar un panorama teórico mediante el cual se puedan observar los cambios y características particulares que la opinión pública, adquiere debido a los ambientes sociales en los cuales se desarrolla incluyendo el espacio geográfico donde se manifiesta.

Dos han sido los principales enfoques de estudio que se desprenden a partir de esta observación, por un lado la llamada Escuela Clásica y por el otro la Escuela Crítica. La primera desde el pensamiento griego representada por el pensamiento de Aristóteles, Santo Tomás Moro, Hobbes hasta Maquiavelo; y la segunda desde la aparición de los Ilustrados (Rousseau, Adam Smith, David Ricardo, Jefferson, Madisson, Montesquieu, Hans Kelsen, Bovero, Sartori, Bobbio, Anthony Giddens, Habermas y Luhmann, entre otros más).

La posición clásica está definida por su incansable propósito de dilucidar la formación de la opinión pública, sus límites y funciones en sociedades complejas, es decir, trata a la opinión pública como un ente susceptible de ser transformado por el entorno social. Por su parte la moderna, cuyo origen es Alemania, se basa en investigaciones de laboratorio y técnicas de observación para medir valores, estímulos, comportamientos, actitudes y respuestas grupales, evaluando los resultados con base en valores de identidad de sujetos inmersos en un sistema social determinado.

La opinión pública reside en las actitudes y los modos de comportamiento que reciben una fuerte adhesión en un lugar y una época determinados; que hay que demostrar para evitar el aislamiento social en cualquier medio de opiniones establecidas; y que, en un medio de opiniones cambiantes o en una nueva área de tensión emergente, se *pueden* expresar sin aislarse.⁷⁵

⁷⁵ Noelle-Neumann, Elisabeth, *La espiral del silencio. La opinión pública: nuestra piel social*, paidós Comunicación, Barcelona, España, 1995, p.148.

Lo anterior demuestra que los estudios de opinión pública se orientan a aspectos diferentes como es el análisis de sus transformaciones (Clásica) y, por otro lado, el cálculo programático de los comportamientos entre los grupos sociales y el gobierno del Estado, a través de sondeos, encuestas y estudios de opinión (moderna); todos éstos como elementos utilitarios matizados por las acciones de los medios de comunicación que miden la percepción empírica y emiten tendencias de conductas de individuos, así como transformaciones y modificaciones en las conductas de la sociedad.

En la escuela clásica destaca el pensamiento de Speir, quien afirma que la opinión pública "es fundamentalmente una comunicación de los ciudadanos con su gobierno y sólo de manera secundaria una comunicación entre ciudadanos".⁷⁶

"vamos a entender por opinión pública, para esta revisión histórica, las opiniones sobre asuntos de interés nacional expresadas libre y públicamente por personas no pertenecientes al gobierno que se creen con derecho a que sus opiniones influyan en o determinen las acciones, el personal o la estructura de su gobierno".⁷⁷

En la actualidad los medios de comunicación han tratado de definir a la opinión pública como un instrumento medible a través de encuestas, las cuales resultaron ser excelentes productos consumibles que permitió a la prensa incursionar en el negocio. De este modo los periodistas olvidaron su función de conformar a la opinión pública.

Propio de metodologías que utilizan a la encuesta como un elemento estadístico, ésta intenta ser redimensionada al otorgarle propiedades que tienen que ver con la búsqueda de la objetividad en los juicios que la sociedad como ente social desarrolla, es necesario en este punto observar definiciones acerca de este instrumento como la utilizada por Jay Rosen: "La encuesta es un instrumento de neutralidad que busca independencia de todas

⁷⁶ Raúl Rivadeneira Prada, *La opinión pública: Análisis, estructura y métodos para su estudio*, México, Trillas, 1992, p. 32 .

⁷⁷ Noelle-Neumann, Elisabeth, *La espiral del silencio. Opinión Pública: nuestra piel social*, Paidós Comunicación, Barcelona, España, 1995, p. 127.

las campañas para rescatar fielmente y comprender el veredicto de la opinión pública⁷⁸. Sin embargo, para una comprensión de la realidad social actual, en la que los actores y las situaciones que rodean a las decisiones políticas han cambiado de forma radical, el planteamiento de estos problemas necesitan teorías que presenten un margen más amplio de posibilidades de interpretación.

La posición de Jürgen Habermas⁷⁹ está dirigida a comprender a la opinión pública como una institución que necesita de un ordenamiento jurídico proveniente del Estado que tome en cuenta la capacidad de opinar de los integrantes de una sociedad, es decir, que se cree un marco normativo dirigido a moderar las diferentes manifestaciones del pensamiento público compuesto por una diversidad indeterminada de integrantes con puntos de vista distintos respecto a la toma de decisiones que interesan a la colectividad.

Por su parte Niklas Luhmann⁸⁰, exponente de la Escuela Crítica con enfoque teórico pragmático, reconoce que el problema del concepto liberal de opinión pública es la reducción de la contingencia -discrecionalidad- jurídica y política de las decisiones vinculantes y decisión política. Luhmann funda esta diferencia en la situación actual de las sociedades modernas donde no pueden ser incluidos todos los sujetos en la toma de decisiones, pero tienen la posibilidad de opinar sobre asuntos de interés general; es decir,

⁷⁸ Jay Rosen, "Hacia una nueva agenda pública para el periodismo", *Revista Mexicana de Comunicación*, Diciembre 1994 – Enero 1995, Número 38, pp. 16.

⁷⁹ La producción de textos por parte de este autor es extensa y sumamente enriquecedora sobresalen: *La lógica de las Ciencias Sociales, Ciencia y técnica como ideología, Identidades nacionales y postnacionales; Sobre Nietzsche y otros ensayos, Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos, Teoría y praxis, Escritos sobre moralidad y eticidad, Historia y crítica de la opinión pública, Conocimiento e interés, Problemas de legitimación en el capitalismo tardío, Reconstrucción del materialismo histórico, Perfiles filosófico-políticos, Escritos políticos, El discurso filosófico de la modernidad, Pensamiento posmetafísico* y uno de los principales sostenes de su teoría acerca de la opinión pública moderna: *Conciencia moral y acción comunicativa*.

⁸⁰ Niklas Luhmann es en la actualidad uno de los teóricos más prolíficos en cuanto a textos se refiere, el principal material analizado en este trabajo es su libro *Sistemas sociales: lineamientos para una Teoría General*, por lo demás, este autor ha escrito *Organización y decisión: autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo, Sociología del riesgo, La ciencia de la sociedad, Teoría de la sociedad, Confianza, Poder*, entre otros.

el sujeto no puede influir directamente en la toma de decisiones que afectan a la colectividad pero sí puede exponer su opinión acerca de esas decisiones.

El debate surgido entre estos dos autores en 1971 servirá para descubrir los conceptos que nos ayudarán a analizar y reflexionar acerca de los cambios en la expresión política que afectan a una sociedad compleja, donde la opinión pública y la esfera pública se encuentran actualmente involucrados en un proceso de transformación y construcción.

Es en 1971 durante el desarrollo de un seminario-discusión en Bielefeld, Alemania Federal, que inicia la confrontación teórico-política entre Niklas Luhmann y Jürgen Habermas. Las constantes faltas de coincidencia entre los conceptos que se discutían se agudizó a medida que pasaba el tiempo, ya que a simple vista parecía que las formas de comprender la dinámica social y los fenómenos que se llevaban a cabo durante el desarrollo de ésta, eran totalmente opuestas.

La Teoría Crítica de Habermas inicia su análisis describiendo las razones que presuponen el desencanto de la modernidad⁸¹ para luego proponer el rescate de la misma, esto es, plantea la necesidad de conocer los elementos distintivos de las sociedades modernas y los elementos que las han transformado en sociedades, donde la participación política se encuentra limitada a la acción de personajes individuales sin tomar en cuenta el consenso de la totalidad social, para después proponer el rescate de ese espacio público por parte de todos los individuos que pretenden la construcción de una sociedad democrática.

Por su parte Luhmann pretende con su Teoría General de los Sistemas Sociales dar un enfoque realista-pragmático del funcionamiento del sistema global y los procedimientos necesarios para hacer eficiente el funcionamiento del sistema "como un todo social y no sólo segmentos (como, por ejemplo, estratos y movilidad, particularidades de la sociedad moderna, patrones de interacción, etc.)"⁸², es decir, Luhmann plantea la necesidad de

⁸¹ Se entiende por modernidad el concepto otorgado por Walter Benjamin: "(modernidad es) la relación del presente con el pasado que traza un puente de solidaridad con generaciones fracasadas". Walter Benjamin, *La democracia como proyecto de identidad ética*, México, Antropos-UAM Iztapalapa, p. 87.

⁸² Luhmann, *Sistemas Sociales*, México, Universidad Iberoamericana / Alianza Editorial, 1991, pp. 10-II.

comprender a la sociedad como un sistema que funcione de manera eficiente como unidad y no como la constante observación de sus componentes. En las sociedades modernas, donde se demanda una apertura de espacios públicos dirigida a construir una opinión pública con capacidad de decisión política, ambos autores han establecido una polémica limitada a las sociedades que funcionan en el ámbito de Occidente.

Para tal efecto el desglose de los conceptos básicos de cada una de las dos teorías, servirá de referencia para establecer puntos convergentes que puedan aportar las condiciones que expliquen los fenómenos generados en torno al ámbito de la opinión pública, entendiendo que la construcción de ésta es un requisito indispensable para que una sociedad sea moderna. Es decir, que se abran los espacios públicos de discusión, opinión y decisión acerca de diversas temáticas que son seleccionados por públicos que se organizan y forman consensos, para encontrar soluciones a sus necesidades de participación política e influir en el ejercicio del poder.

Las sociedades contemporáneas, sean desarrolladas o no, se enfrentan a transformaciones sociales, políticas, económicas y culturales que implican cambios importantes en la conformación de la opinión pública, debido a la presencia de nuevos sujetos que buscan espacios de opinión que les permita influir en las decisiones, ya que la "descomposición del sistema"⁸³ y de sus estructuras política y social no les permite influir en el ejercicio del poder.

La generación de procesos de incomunicación⁸⁴ se refleja en las relaciones entre los diversos actores que conforman a la opinión pública; es decir, una sociedad multiforme o comúnmente denominada de masas, expuesta a la influencia de grupos e intereses minoritarios inmiscuidos en un mercado de opiniones políticas, sobre temáticas bien definidas, que buscan dominar el espacio público y adquirir poder.

Cuando el escenario de una sociedad se desenvuelve bajo una dinámica social conflictiva y compleja durante el proceso de construcción de la opinión pública, se hace necesario la construcción de la esfera pública como ámbito político para la toma de decisiones. Una nueva delimitación de la esfera pública permitiría reflejar la participación de la pluralidad

⁸³ *Ibid.*, p. 43.

⁸⁴ *Cfr* Carlos Castilla del Pino, *La incomunicación*, Barcelona, Imagen, 1994.

de actores que intentan participar de la nueva realidad del sistema social en transición hacia la democracia.

En las sociedades modernas, la opinión pública se conforma con opiniones entrecruzadas, superpuestas y parciales, resultado de diversas estrategias informativas de grupos. Esto es, a una reducción de los actores que conforman a la opinión pública como elemento esencial de las decisiones políticas; asimismo, coinciden en que el Estado o centro decisional se encuentra fundamentado en un régimen jurídico anacrónico que manipula valores e incluso determina quiénes pueden acceder a cierto tipo de información.

Ante este planteamiento podemos decir que los actores de la construcción de la opinión pública (Medios de Comunicación, Estado y Sociedad Civil) deben, antes de disputarse el dominio de la esfera pública, trabajar en forma conjunta para edificar una sociedad en la que más allá de proyectos de nación particulares o privados, existan los elementos necesarios que permitan a las "formas de vida plurales... y el interés común"⁸⁵ coexistir de la mejor manera.

Para el análisis de este esquema, tanto Luhmann como Habermas aportan en sus respectivas teorías conceptos fundamentales para comprender este nuevo ordenamiento social y político generado en la antesala de fin de siglo.

El nuevo ordenamiento social tendría que ver con la necesidad de crear instituciones que regulen, ordenen y garanticen el funcionamiento del sistema social involucrado en una dinámica de transición de las formas políticas hacia la construcción de una opinión pública moderna, característica ésta que debería reflejarse en la puesta a discusión de temas de interés público como necesidad de una sociedad en transición hacia la democracia.

La necesidad de un modelo de comunicación social moderno, en un país donde la opinión pública se transforma y los espacios de discusión sobre asuntos de interés nacional se democratizan, implica la creación de un esquema de información integral que permita conectar a todas las dependencias y transmitir entre ellas, y en muchos casos hacia el

⁸⁵*ibid.*, p. 79.

público, todo tipo de información, como la política, financiera, cultural, administrativa y control de gestión, entre otras.

HABERMAS Y LA TEORÍA DE LA ACCIÓN COMUNICATIVA

Con la Teoría de la Acción Comunicativa (1983), Habermas pretende la reconstrucción de la tradición sociológica ilustrada incluyendo sus valores más representativos tales como la razón, autoemancipación y autoconstitución de la especie humana, en un escenario donde las sociedades avanzadas sufren transformaciones por la presencia de una pluralidad que busca unificar criterios éticos en una búsqueda que pretenda "garantizar la imparcialidad en la formación del juicio".⁸⁶

Un juicio que se pretende público y democrático que permite a la colectividad reflexionar sobre asuntos de Estado y de este modo adquirir capacidad de decisión política. Sin embargo este proceso evolutivo no ha sido del todo posible en sociedades que enfrentan los resquicios de lo antimoderno de la modernidad; es decir, sociedades donde las características que presupondrían la existencia de una sociedad moderna en la amplitud del término no se cumplen totalmente, sino más bien se contraponen, está observado la decadencia de los sistemas político y social.

Sociedades que son rebasadas por una complejidad que destruye valores, simbologías y "principios universales de la justicia: la igualdad de derechos humanos y el respeto por la dignidad de los seres humanos que deben respetarse en cualquier sociedad con independencia de la opinión de la mayoría".⁸⁷

Para este escenario Habermas plantea la creación de un ámbito de discusión de temas bien delimitados (temáticas) sin que existan límites e impedimentos, es decir, evitando la participación de elementos que influyan en el desarrollo de esa discusión dirigiéndola hacia objetivos diferentes de aquellos para lo que fue creada (mediatización).

Para Habermas, concientizar "con responsabilidad y autonomía a sujetos comprometidos con el carácter ético de una democracia reflexiva y prácticamente conquistada como una identidad plural y universalista"⁸⁸, es permitir que los sujetos actúen con base en intereses

⁸⁶ Habermas, *Conciencia moral y acción comunicativa*, p. 143.

⁸⁷ *Ibid.*, p. 147.

⁸⁸ Lara, *op. cit.*, p. 89.

colectivos. Reconoce que es un objetivo difícil de alcanzar porque el ámbito valorativo está en crisis debido a la fragilidad de identidad de los sujetos, lo que hace más difícil constituir un campo de fuerza social.

Habermas afirma que en una sociedad moderna se requiere propiciar la formación de consensos y principios generalizables, así como sustentar la libertad de opinar y participar en asuntos públicos de Estado para que las ideas de los individuos puedan ser comunicados y debatidos públicamente; y de esta manera se pueda construir una opinión pública con capacidad de organizar al Estado. Pero lo anterior exige que los juicios sean emitidos con racionalidad, es decir con argumentos controlables y basados en principios racionales ajenos a toda asociación política, para que sus acciones estén dirigidas a la obtención de fines colectivos.

La Teoría de la Acción Comunicativa de Habermas se enfoca a describir las relaciones entre la cognición social y moral. El concepto de la acción está orientado a la comprensión del mundo social y la interacción que las normas establecen al interior de ese mundo social.

Uno de los elementos componentes de esta teoría plantea la expansión de las perspectivas sociomorales que implica la diversidad de ideas que rodean a la concepción particular del mundo. El concepto de acción comunicativa es un punto de referencia para la reconstrucción de las etapas de la interacción. Estas etapas de interacción se pueden describir con ayuda de las estructuras de perspectivas que se realizan en distintos tipos de acción.

Siendo uno de los exponentes más activos de la Escuela de Frankfurt, ha sido criticado por intentar regresarle a sus formulaciones sociológicas valores ilustrados de carácter universal basados en la razón, la comprensión y el humanismo; lo cual ha sido considerado una postura romántica y fuera de contexto al proponer una revisión moral partiendo de la experiencia de los siglos XVII y XVIII pretendiendo su aplicación en la actualidad para "la construcción de un espacio público en el que es posible tematizar los problemas constitutivos de las diferencias entre los sujetos morales".⁸⁹

⁸⁹ *Ibid.*, p. 85.

Aterrizando la teoría de Habermas en un concepto básico como es la "acción", nos adentramos al plano de la participación, intervención e interrelación de los diferentes actores involucrados, como el Estado, los medios de comunicación y la sociedad civil, que son los principales actores en el ámbito de la opinión pública, ya que cada uno de ellos influye en la creación, función y transformación de este fenómeno sociopolítico.

Para comprender esta dinámica Habermas se apoya en el concepto de "acción comunicativa". Denomina acción comunicativa a la "situación en la que los actores aceptan coordinar de modo interno sus planes y alcanzar sus objetivos, únicamente, a condición de que haya o se alcance mediante la negociación un acuerdo sobre la situación y las consecuencias que cabe esperar.

En ambos casos se da de tal modo por puesta la estructura teleológica de acción, en la medida en que se atribuye a los actores la capacidad de realizar acciones orientadas a un objetivo y para llevar a cabo sus planes de acción".⁹⁰ Es decir plantea la situación en donde el individuo se concibe como una parte integrante de las decisiones políticas que interesan a toda la colectividad y sin embargo no lleva a cabo un papel único, en tanto que "la acción comunicativa puede entenderse como un proceso circular en el que el actor es dos cosas a la vez: es el iniciador que domina situaciones con acciones de las que es responsable, y, al propio tiempo, es el producto de tradiciones en las que se encuentra, de grupos solidarios, a los que pertenece y de procesos de socialización, dentro de los cuales crece".⁹¹

El individuo es el sujeto de su Teoría de la Acción Comunicativa que a su vez tiene como núcleo a la sociedad. La acción comunicativa se refiere a la coordinación o negociación existentes entre los actores sociales a través de normas deductivas basadas en el juicio razonado de una opinión pública con capacidad de vigilar a una sociedad integrada por un régimen político e informativo de naturaleza autoritaria.

La proposición principal en la teoría de Habermas es la democracia participativa, la cual busca reconstruir la esfera pública por medio de la discusión, el consenso (recurso abundante) y la participación de los ciudadanos a través de la integración social, donde se

⁹⁰ Habermas, *Conciencia moral y acción comunicativa*, p. 157.

⁹¹ *Ibid.*, p. 159.

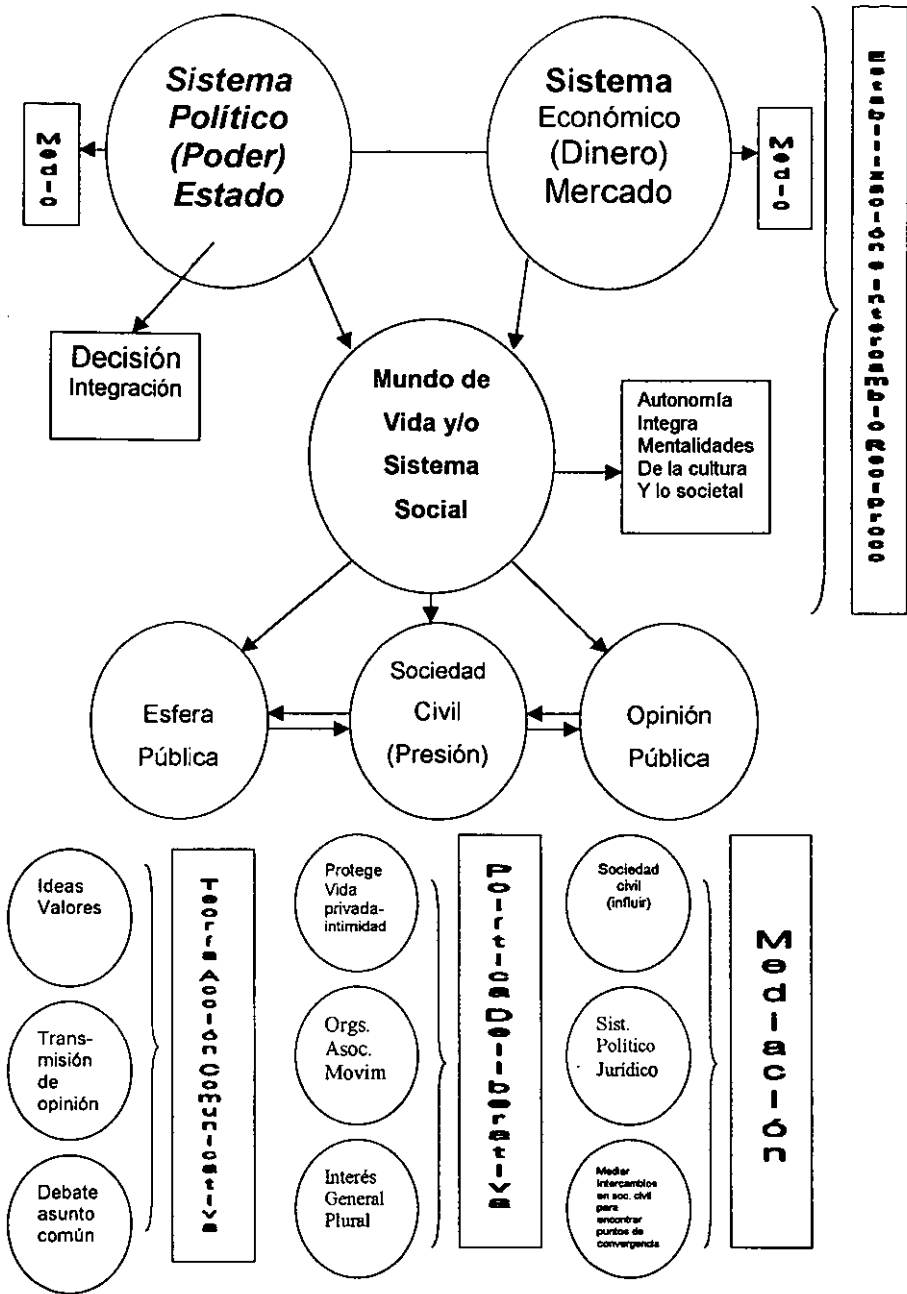
da prioridad a los valores de la vida por encima de los "subsistemas (el poder y el dinero)"⁹² sustentada en la existencia de derechos y valores; lo cual implica el desarrollo de los marcos jurídicos, éticos y políticos que regulen las acciones de los actores que actúan en el ámbito de la opinión pública.

Esta actuación se puede observar a través de estrategias informativas de grupos e intereses que son indicadores de la expresión privada en la esfera pública, que se enfrascan en una lucha por influir en el ejercicio del poder y reproducir sus opiniones privadas por medio de la persuasión e influyendo en la conciencia colectiva a través de simbolizaciones relacionadas con el éxito y el consumo mercantilista, muy característico del sistema político que hoy en día está empujando a politizar los riesgos, es decir, la politización de los problemas es cuestión de la política, y por ende todos los temas que se institucionalizan son provocados por intereses políticos que buscan controlar las variables que intervienen en las sociedades complejas.⁹³

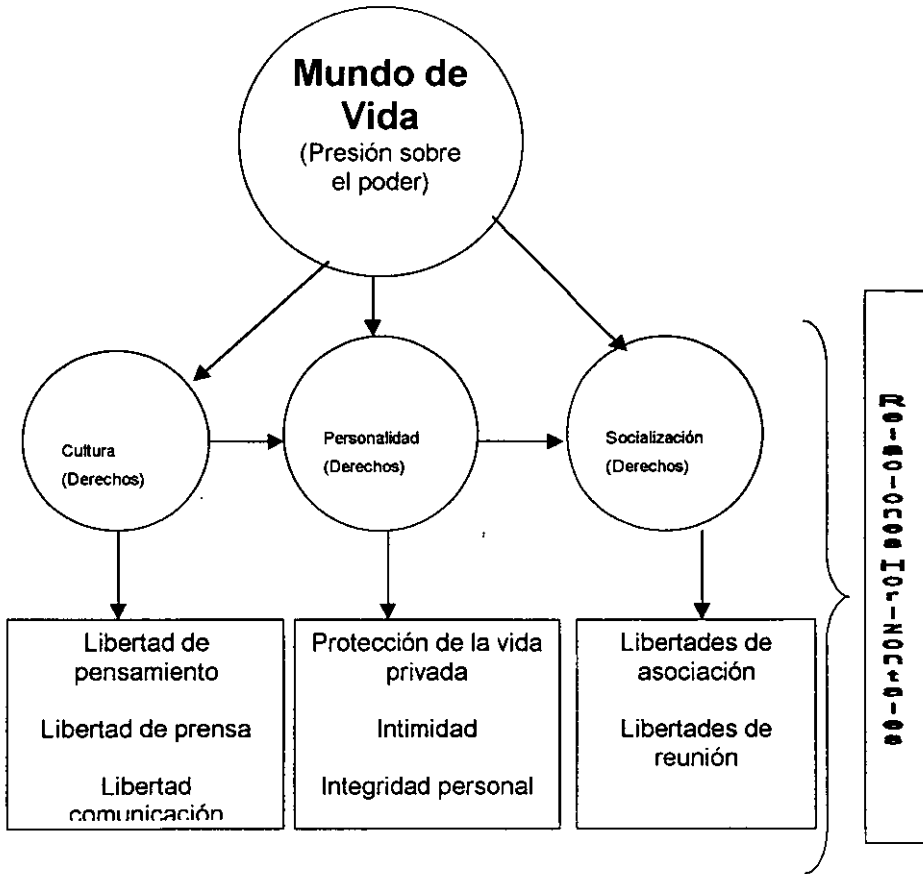
⁹² Lara, *op. cit.*, p. 127.

⁹³ Dentro de la lógica de definir a las sociedades complejas, Luhmann establece los parámetros para calificar a la complejidad: "(Por complejidad se entiende) aquella información que le hace falta al sistema para poder aprehender y describir con justeza al entorno y a sí mismo". Luhmann, *Sistemas Sociales*, p. 49.

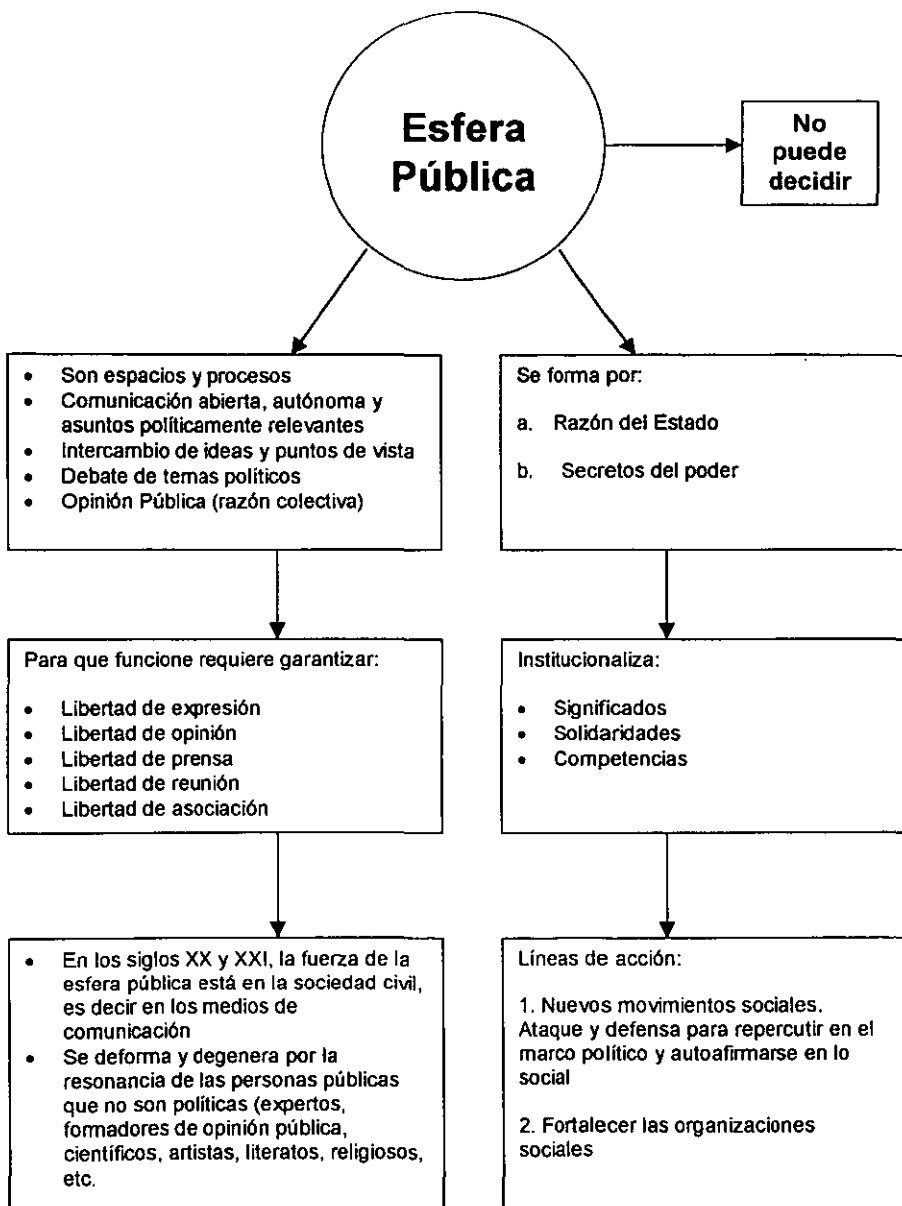
ESQUEMA TEÓRICO DE JÜRGEN HABERMAS



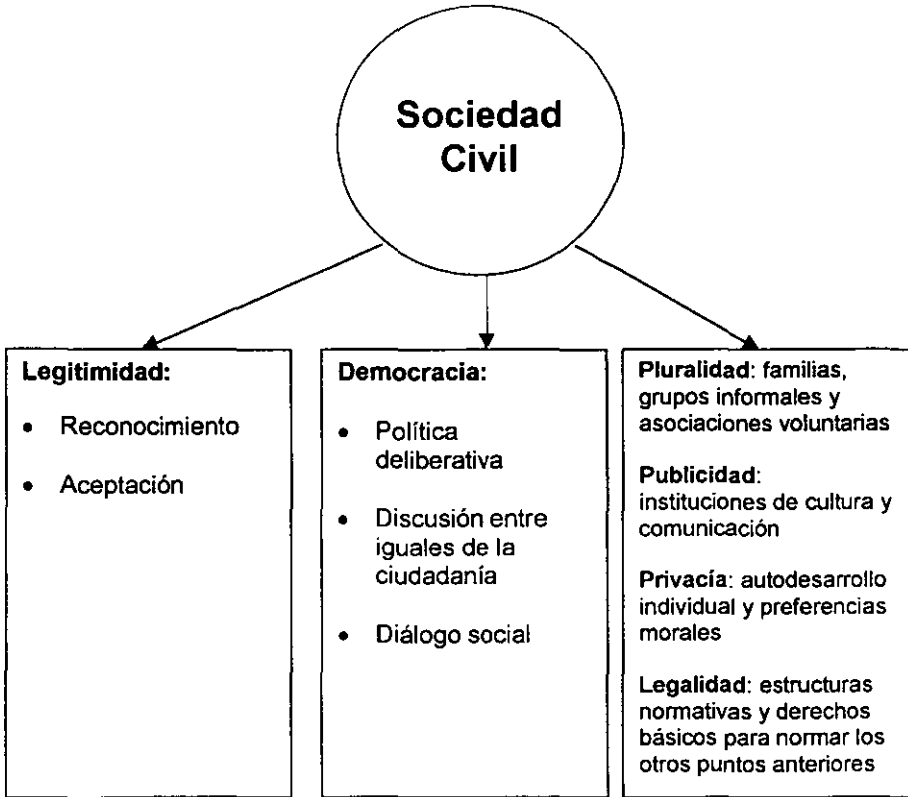
ESQUEMA TEÓRICO DE JÜRGEN HABERMAS



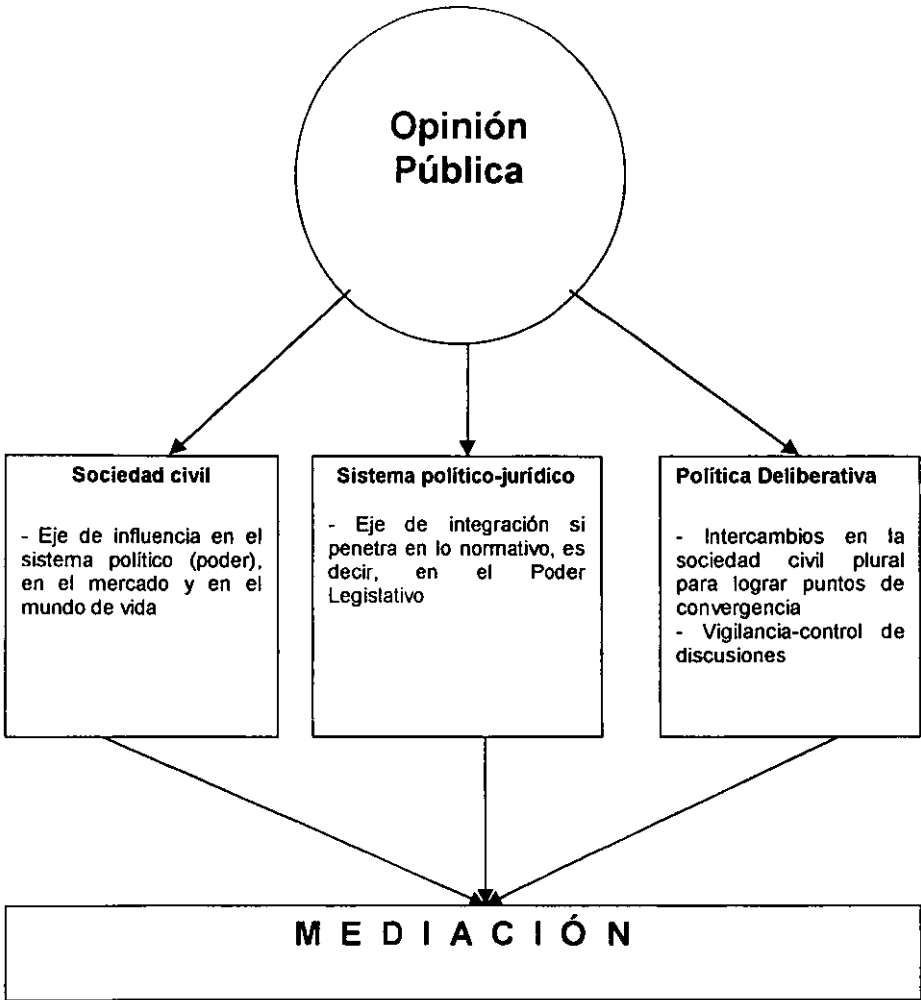
ESQUEMA TEÓRICO DE JÜRGEN HABERMAS



ESQUEMA TEÓRICO DE JÜRGEN HABERMAS



ESQUEMA TEÓRICO DE JÜRGEN HABERMAS



NIKLAS LUHMANN Y LA TEORÍA DE LOS SISTEMAS SOCIALES

Para Luhmann la sociedad es el sujeto de su Teoría de los Sistemas Sociales, al mismo tiempo que el núcleo de la sociedad es la comunicación porque las transformaciones del sistema social sólo se pueden comprender a través de la comunicación y no de la acción.

El concepto comunicación de Luhmann no es el que usualmente se refiere a la acción que se lleva a cabo por la comunicación, porque esto implicaría que el individuo se volviera el eje del sistema y no se podría conceptualizar a la sociedad como un todo social. Mientras que para Habermas la comunicación se refiere a acciones de habla coordinadas que permiten la comprensión entre hablantes, mismos que basan sus relaciones en valores de rectitud y veracidad; para Luhmann en cambio, el concepto de comunicación es equivalente al de comunicación política y las relaciones de aprobación y/o reprobación entre subsistemas, donde lo importante es comprender temáticas concernientes a las relaciones establecidas entre el gobierno y la oposición que manifiesta la opinión pública (luchas, proyectos, logros, etc).

Para Luhmann la sociedad es un sistema dinámico y autopoietico ("control de incertidumbres debido a la conducta de los participantes"⁹⁴), que permite comprender la dinámica de las sociedades contemporáneas. Un sistema autopoietico es aquel que es capaz de estar referido a si mismo conservándose, autorreproduciéndose y diferenciándose del entorno. Por entorno entendemos al conjunto de elementos que se dedican a la "conservación el sistema para el restablecimiento de energía e información una condición previa a la identidad del sistema".⁹⁵

La Teoría de los Sistemas Sociales parte de la diferencia entre sistema y entorno, estos dos conceptos se miden a partir del principio de territorialidad, es decir, por los límites que no han podido ser establecidos entre el Estado y la sociedad, ya que en naciones que atraviesan por procesos complejos no se han podido separar manteniendo una relación embrionaria, lo cual acota la oportunidad de vigilar las acciones comunes y por ende las propias.

⁹⁴ *Ibid.*, p. 126.

⁹⁵ *Ibid.*, p. 188.

Esta explicación se basa en la teoría de los sistemas autorreferentes, en el sentido de que la teoría de los sistemas debe tener siempre la vista puesta sobre sí misma como uno de sus objetos. La autorreferencia⁹⁶ es un modo de comportamiento en un entorno no estructurado al gusto, que designa la unidad constitutiva del sistema consigo mismo, es decir, unidad de función de elementos, procesos y sistema.

Luhmann busca formular una teoría universal partiendo de la diferenciación entre sistema y entorno, esta diferenciación partiría de la posibilidad de un observador que al mismo tiempo que se convierte en objeto de observación es capaz de reproducirse a sí mismo. Para lograr este objetivo el autor se sustenta en las Teorías de la Diferenciación y la Complejización (selección). Diferenciar al sistema del entorno permite homogeneizar intereses, ya que los sistemas son autorreferenciales y por ende dependientes del entorno, la necesidad de sobrevivencia les obliga a comunicarse.

El paradigma funcional de Luhmann servirá para adquirir conocimiento de las diferencias en la estructura del sistema social que forma a las sociedades complejas y analizar las transformaciones en la esfera pública, de la misma manera ayudará a seleccionar las temáticas que institucionalizan el Estado, la sociedad civil y los medios de comunicación. Esta selección y discusión de temáticas, servirá para construir una opinión pública moderna que funcione como prerequisite para la democratización y sea capaz de generar consensos que permitan entablar un diálogo que finalice en el control colectivo de las decisiones políticas.

Luhmann considera que alcanzar el consenso es ilusorio e imposible, debido a que la opinión pública carece de poder para dar dirección al sistema político en tanto no es un sujeto pensante, ni forma, ni domina opiniones, porque carece del dominio racional de los temas políticos debido a la intervención de grupos e intereses indicadores de expresiones privadas que buscan superponer, expandir y reproducir su control a fin de influir en el sistema político.

⁹⁶ "La autorreferencia, en el nivel de los elementos, quiere decir que éstos, al referirse a sí mismos, se entrelazan: lo que facilita las relaciones, o más aún, los procesos", *ibid.*, p. 61.

El proceso de tránsito a la "democracia" desde el enfoque de Luhmann, se entiende como un sistema de gobernar caracterizado por la participación de la sociedad en la organización del poder público y en su libre ejercicio en la esfera pública.

Este planteamiento encontraría puntos de coincidencia con la idea de Marshall Berman que, con otras palabras pero con la misma visión, expone la manera en que la modernidad conlleva a un cambio democrático donde conjuntos sociales conformados por hombres y mujeres que comparten espacios, tiempos y experiencias de vida en lugares donde las simbolizaciones generalizables como poder, alegría, incertidumbre, crisis, cambio, subjetividad, desarrollo, etc.; debaten, luchan y discuten temáticas políticas comunes en las calles y plazas públicas que -como él califica- son espacios de significado, libertad, belleza, dignidad y solidaridad que reflejan que "sí existe un futuro con nuevas esperanzas, visiones y horizontes, a pesar de que hemos vivimos en constante tristeza y convivimos con limitaciones"⁹⁷, pero que no son del todo negativas ya que han hecho posible mantener un orden que permite construir sistemas y socializar a los individuos.

Ambos teóricos pugnan por la conservación de la complejidad a pesar de la continua actividad decisiva y la conservación de un ámbito selectivo lo más amplio posible para decisiones siempre nuevas y diferentes.

Es de suma importancia reflexionar acerca del concepto "complejidad" de sistema, el cual se refiere al "sentido" que conlleva a la construcción de procesos evolutivos; es decir, la actualización continua de posibilidades que permiten una integración comprensible a partir de un contexto donde se adquieren comportamientos generalizados gracias a la información⁹⁸ del sistema de símbolos generalizados contenidos en la herencia cultural; la cual en sociedades de modernas es erosionada por crisis de legitimación, desestima entre las personas y excesiva segmentación de los públicos y de los asuntos de un sistema social que intenta procesar símbolos generalizados que no han logrado una semántica única y que por lo tanto no han logrado simbolizar relaciones de motivación unificadas (dinero, solidaridad, amor, etc).

⁹⁷ Marshall Berman citado por Nicolás Casullo, *El debate modernidad-posmodernidad*, México, El cielo por asalto, 1993, p. 118.

⁹⁸ Por información se entiende al conocimiento que selecciona estados del sistema.

Lo político para Luhmann "en primer lugar es comunicación, es decir, una síntesis permanente de información, acto de comunicar y comprensión que el sistema reproduce de un momento al otro"⁹⁹, y un tema base de la vida social, ya que de ella depende en muchas ocasiones la evolución o involución del sistema global.

El concepto de comunicación en Luhmann se refiere a una unidad conformada de información, notificación y comprensión; estos elementos sirven de enlace con el entorno, por ejemplo, los temas de comunicación si constan de un tono moralizador que regula la "estima o desestima de los estados psíquicos"¹⁰⁰ (ideologías).

Cuando la doble contingencia de los miembros de un sistema social que se observa a sí mismo e intenta evolucionar con información, enfrenta ruidos en su sistema político, en virtud de que aumentan las luchas entre la sociedad civil, el Estado y los medios de comunicación de tal forma que existe el riesgo que desde un sistema específico se dirija a todos los demás subsistemas, es decir, se agudiza la lucha por ajustar la producción de comunicaciones políticas a objetivos de grupos de poder que a través de estrategias persuasivas se disputan el marketing político¹⁰¹ de opiniones sobre conjuntos de temáticas.

En un marco donde las sociedades contemporáneas están relacionadas entre sí, se auto-observan y persiguen evolucionar a través de la comunicación e información tematizada, en donde los códigos sociales funcionan con base en el programa que permiten acceder a comunicaciones de otros subsistemas, estudiar los procesos sociales y las transformaciones de los fenómenos socio-políticos generados en el ámbito de la opinión pública se convierte en un fértil campo de análisis para reflexionar el reacomodo de los actores que buscan tener voz y participación en la opinión pública, para de este modo

⁹⁹ Niklas Luhmann, *Sociología del riesgo*, México, Universidad Iberoamericana-Universidad de Guadalajara, 1992, p. 210.

¹⁰⁰ Luhmann, *Sistemas sociales*, p. 242.

¹⁰¹ Entendido esto como "el conjunto de técnicas usadas para posicionar ante determinados sectores de la población, programas de gobierno, plataformas electorales e ideas relacionadas con la política". Miguel Acosta Valverde y Miguel A. García, "Arte de estrategias videopolíticas", *Revista Mexicana de Comunicación*, Agosto-Septiembre de 1997, p. 21.

contribuir a la democratización de la esfera pública y del ejercicio del poder a través de la separación del Estado con la sociedad civil, separación que redundaría en que la sociedad civil se convirtiera en el principal actor hacia la construcción de una opinión pública moderna e institucionalizada, es decir, que participe y discuta actos de gobierno con pleno juicio moral acerca de temáticas y problemas comunes de la sociedad involucrada.

Pensar en una opinión pública como unidad, desde la perspectiva de Luhmann, resulta imposible, ya que como se mencionó antes, la colectividad no es capaz de pensar.

La disputa de espacios por parte de los actores encargados de construir el ámbito de la opinión pública, es decir, el Estado, los medios de comunicación y la sociedad civil, se genera por el interés mutuo de encabezar la organización y conducción de las acciones y decisiones de la colectividad.

Para comprender lo anterior Luhmann determina los principios de acción que serían correctos en el sistema, y por supuesto en los subsistemas, es decir, si el Estado por mandato del Poder Ejecutivo y con la vigilancia del Poder Legislativo en lo referente a la normatividad del ejercicio informativo, establece las condiciones bajo las cuales los seres humanos se deben comprometer en su entorno y sistema social común, los subsistemas adoptarán acciones que funcionen en el entorno y de acuerdo con la evolución sociocultural.

El aspecto de la moral de un sistema social es muy importante ya que permite conocer el conjunto de condiciones bajo las cuales se decide y las manifestaciones de estima entre los sujetos que interactúan en la esfera pública, que se pueden observar, por ejemplo, en la aprobación o reprobación de la opinión pública en torno a políticas y acciones de gobierno; asimismo, también se refiere a la relación de coordinación entre dos sujetos que se observan a sí mismos y entre ellos para lograr un armónico funcionamiento del sistema. La moral es un aglutinante social de los seres humanos y desempeña la función de integrar a la sociedad y limitarla en las posibilidades de especificación funcional.

"La moral es una generalización simbólica que reduce la total complejidad reflexiva de las relaciones dominados-dominantes, los cuales son doblemente contingentes (contingencia

es la diferencia provista de un esquema de sentido; es decir, una apertura estructurada utilizada de modo distinto entre los sistemas interpenetrantes) a expresiones de estima, y que abre, debido a esta generalización un espacio libre para los condicionamientos y la posibilidad de reconstruir la complejidad mediante el esquema binario estima-desestima".¹⁰²

Aquí coincidirían Luhmann y Locke ya que éste reconoce que la opinión pública de manera inherente posee el poder y la ley moral, mientras el Estado posee la ley y el poder civil. Ambos tienen la obligación de vigilarse y aprobarse o reprobarse según la realización o no de las acciones encomendadas.

Para analizar este enfoque Luhmann utiliza un método comparativo y funcional, como técnica teórica, que le permite analizar cómo se dan las relaciones entre sujetos y los motivos que los impulsan a establecer conexión de acuerdo a sus intereses, a pesar de la heterogeneidad de sujetos y valores.

Por ejemplo, en sociedades en proceso de transición democrática el Estado actúa contra la dignidad y voluntad general, de inmediato el juicio público pone a discusión el papel del régimen cuestionándolo, aprobando y reprobando sus acciones, de tal manera que lo obliga a modificar sus programas, proyectos e incluso decisiones. Lo mismo ocurre si bajo el mismo escenario los medios de comunicación se convierten en canales de expresión de grupos privados, en ese momento el juicio de la opinión pública disminuye su credibilidad.

Tanto al Estado como a la sociedad civil en general les corresponde la *creación continua* de ese orden sistémico creando valores y acuerdos negociados por medio de un sistema simbólico compartido que genere legitimidad, gracias a la reproducción autopoiética capaz de controlar incertidumbres generadas por la conducta de las personas y por ende de sus acciones, pues debemos recordar que un sistema social no se constituye por personas sino por acciones, de la tal manera que sus relaciones y procesos comunicacionales forman parte integral de ese sistema.

¹⁰² Luhmann, *Sistemas Sociales*, p. 242.

Para Habermas, la democracia participativa es la forma idónea de reconstruir la esfera pública a través de la discusión y el consenso, permitiendo la participación con derechos y valores, pero quizás le faltaría proyectar el problema de manera más eficiente a la realidad, porque como apunta Luhmann en las sociedades contemporáneas "el comportamiento es riesgoso y se vuelve peligroso"¹⁰³ para los subsistemas debido a que cada vez aumentan los deseos de una pluralidad por participar en la política y mayor "deseo de estar mejor informado, lo cual es señal de una creciente pérdida de confianza"¹⁰⁴ por parte de la opinión pública que se está consolidando gracias a los medios de comunicación como un medio institucional capaz de crear un nuevo ordenamiento social que incluiría lógicamente nuevas instituciones.

Es así como se está creando un grupo de sujetos opinantes que hacen posible que en el proceso de construcción de la opinión pública, el Estado se está separando de esa nueva estructura de juicio público.

La opinión pública que se encuentra en proceso de construcción está representando a la autoridad moral de toda la colectividad en tanto se encuentra por encima de las acciones de grupos de poder, que pretenden a toda costa legitimar su dominación como élite de ilustrados tal y como pensaban los gobernantes griegos y romanos, y haciendo a un lado la idea de que la *vox populi* es incapaz de decidir o transformar las acciones de quienes detentan el poder.

Lo anterior se está logrando porque ahora la política que prevalece en el espacio público demanda comunicación que permita "sintonizar los comportamientos y coordinar los intereses y las intenciones de los diferentes actores"¹⁰⁵ con un "mínimo de observación mutua y un mínimo de expectativas basadas en conocimientos".¹⁰⁶

¹⁰³ Luhmann, *Sociología del riesgo*, p. 196.

¹⁰⁴ *Ibid.*, p. 203.

¹⁰⁵ Luhmann, *Sistemas Sociales*, p. 120.

¹⁰⁶ *Ibid.*, p. 124.

1.3. La opinión pública como articuladora de las relaciones Estado-sociedad

Aún cuando el tema de la modernidad es discutido por diversos teóricos, todavía no se ponen límites entre la sociedad civil y el Estado en la relación que interesa a las decisiones políticas, división que una vez establecida nos permitiría tomar en cuenta los elementos constituyentes de una nueva opinión pública ajena a la relación que por lo general han mantenido estos actores.

Esa relación se reduce sólo a la disputa de los centros de poder, en donde el Estado ha sabido mantener, a través de sus políticas informativas, una opinión pública que se pierde en la ambigüedad de las propuestas de los actores sociales. Ese dominio, incluyendo por supuesto la apatía de una sociedad civil alejada de los centros de discusión, impide la formación de una opinión pública moderna que tenga la capacidad de cuestionar acciones gubernamentales que impliquen la participación activa de la sociedad civil como elemento imprescindible en el ejercicio del poder.

El Estado, que quiere encabezar la creación continua de las acciones de los subsistemas y legitimarse como garantía de orden, es un modelo rebasado por la construcción de espacios públicos participativos de una opinión pública que adquiere capacidad de organizar a la sociedad e influir en las agendas gubernamentales. Organización que está siendo apoyada por una revalorización del individuo a fin de que éste se sienta capaz de emitir un juicio que intervenga en las decisiones de carácter político, contribuyendo así a la creación de un nuevo ordenamiento institucional. Organización que por demás ayudaría a la conformación de un conjunto social de sujetos que cuenten con un "raciocinio político adquirido por medio de la educación y la información."¹⁰⁷

Como instrumento importante de la actividad de una sociedad, la opinión pública desempeña diversas funciones que van desde una legitimación del régimen político, debido a la ausencia de oposición hacia ese régimen, hasta convertirse en el principal mecanismo existente para relacionar socialmente a los sujetos con los medios de comunicación.

¹⁰⁷ Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, p. 103.

De tal manera tenemos que la opinión pública se convierte en un factor importante e inamovible del proceso de transición hacia la democracia en cualquier sociedad moderna. Sin embargo, para que este modelo de opinión pública pueda ser una realidad, se necesita reconocer la existencia de una sociedad desinformada que sólo reproduce opiniones parciales que generan multitud de rumores y especulaciones, incrementando la incertidumbre al interior de esa sociedad y fragmentar los intereses colectivos en intereses particulares.

La inexistencia de canales que ayuden a establecer un diálogo público sobre temáticas comunes que se realicen en un espacio de transparencia para todo el conjunto social, es característica de una sociedad en donde la existencia de una opinión pública como la planteada hasta este momento no ha sido posible, sino que toda la discusión acerca de los asuntos públicos se lleva a cabo en "conferencias, entrevistas, artículos de periódico o de revista y libros de actualidad".¹⁰⁸

Este esquema complejo de relaciones entre el Estado y la sociedad, y la falta de un diálogo comprensivo y acciones coordinadas en beneficio mutuo retrasan la construcción de una opinión pública moderna cuyos actores tengan una cultura política sustentada en un juicio producto de la razón¹⁰⁹, que contribuya a crear una percepción real de la política.

El análisis de la opinión pública como fenómeno sociopolítico, producto del Estado moderno, ha sido una constante preocupación de los analistas dedicados a la reflexión de los procesos sociales en la actualidad, ya que la actividad política de las masas se incrementa por la generación de procesos organizativos y por ende participativos, con lo que la necesidad de emitir juicios basados en la razón pública es primordial para el armónico funcionamiento del sistema socio-político en aras de una transición democrática.

Si la opinión pública logra constituirse como un equilibrio del poder y obtiene la capacidad de institucionalizar temas para que éstos influyan en las políticas públicas del gobierno, reproduciendo la discusión de los problemas comunes de Estado y convirtiéndose en un mecanismo mediador entre éste y la sociedad; la crisis de la esfera pública del Estado liberal disminuiría y los desequilibrios entre grupos sociales alcanzarían cierta equidad, lo

¹⁰⁸ Jürgen Habermas, *Ensayos políticos*, Barcelona, Península, 1988, p. 7.

¹⁰⁹ Cfr. Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, p. 99.

que sería el ideal moderno de una opinión pública cuya función sea convertirse en "representación del interés general"¹¹⁰ y en un instrumento de transformación social y política, constituyente de una renovada actitud moderna del ser social.

La modernidad se consolida cuando la conducta humana se rige a través de la conciencia y el juicio moral público, cuando éste último pugna por el "respeto de otros"¹¹¹, entendiendo por juicio público el estado de opinión pública que analiza desde todos los ángulos temas de interés común.

El concepto institucionalización requiere mucho análisis en el ámbito de la construcción de una opinión pública con capacidad de articular intereses de la sociedad con el Estado.

Habermas considera que la opinión pública es un medio institucional que permite valorizar al individuo independiente y crear un nuevo ordenamiento social e institucional que garantiza el funcionamiento del sistema global, por lo que afirma: "La opinión pública es el resultado ilustrado de la reflexión común y pública sobre los fundamentos del orden social"¹¹². Luhmann, sin embargo, apoya la idea de que los temas deben institucionalizar para homogeneizar a la sociedad y no la opinión pública, porque de institucionalizarla, esto implicaría establecer límites a la sociedad para decidir y actuar.

Según la visión de Luhmann podemos decir que la opinión pública es capaz de institucionalizar temas cuando logra que sus demandas y necesidades comunes lleguen a las instituciones, y éstas formen parte de la agenda gubernamental. Se institucionalizan temas cuando la opinión pública se personifica en la sociedad civil estableciendo límites y principios en una discusión limitada. La opinión pública por naturaleza misma no puede ser institucionalizada porque tiene la capacidad de seleccionar temas, de tal forma que los temas seleccionados se conviertan por sí mismos en instituciones.

El Estado siempre ha tratado de institucionalizar a la opinión pública como una unidad, al no conseguirlo ha institucionalizado los temas, y es ahí donde la sociedad civil tiene la

¹¹⁰ *Ibid.*, p. 122.

¹¹¹ Lara, *op. cit.*, p. 85.

¹¹² Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, p. 130.

oportunidad de participar del debate y la discusión de asuntos políticos de naturaleza colectiva.

Debemos preguntarnos entonces cuál es el papel que la opinión pública debe llevar a cabo para que estos dos actores (Estado-sociedad) logren establecer comunicaciones políticas, es decir, comunicaciones realizadas "dentro del sistema político que tienen que ver con luchas, realizaciones, competencias electorales, logros, proyectos, etc."¹¹³.

La opinión pública libera la discusión bajo el principio de la tolerancia y crea la necesidad de opinar y expresar en favor y en contra de algún problema contribuyendo así a reducir la complejidad.

En palabras de Habermas la opinión pública es el resultado ilustrado de la reflexión común y pública sobre los fundamentos del orden social y se forma a partir de la participación libre del público políticamente racionante. En este sentido, la opinión pública tiende a homogeneizar posturas a pesar de estar compuesta por grupos heterogéneos. La opinión pública entonces, es la expresión de opiniones privadas en un ámbito público, por tanto se puede decir, que es la opinión de cada individuo entorno a las principales problemáticas sociopolíticas.

En sociedades contemporáneas, afirma Habermas, la opinión pública intenta adquirir el poder de ser un elemento que equilibre el poder de decisión entre la sociedad civil y el Estado, que se encuentre constituido por ciudadanos donde se llega a acuerdos sobre asuntos comunes y se convierta en un agente con capacidad de hacer valer "el ejercicio del poder para controlar permanentemente"¹¹⁴ las acciones del Estado.

Las actividades políticas se asientan en el fundamento de leyes justificadas como leyes generales y racionales. En este sentido para Clauss Offe, el Estado busca la institucionalización de los mecanismos de solución a los problemas que la irracionalidad de la apropiación privada produce.

¹¹³ Silvia Molina, "Conceptos básicos para el estudio de la credibilidad política según la teoría de los sistemas autorreferentes y autopoieticos de Niklas Luhmann", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Número 162, Octubre-Diciembre 1995, p. 28.

¹¹⁴ Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, p. 133.

El actual orden político de desigualdad de participación en la esfera pública tiene su explicación en el incremento de la fuerza contractual del Estado, que ha limitado las aspiraciones colectivas refugiadas en la esperanza y cumplimiento de las benevolencias de una modernidad en donde el tiempo deje de ser un agente productor de incertidumbre, y por el contrario, haga emerger a sociedades orientadas hacia un futuro con metas fijas que consideren y aprendan de experiencias del pasado, para que de este modo los procesos socio-políticos se lleven a cabo conforme lo requiere la naturaleza de la transición hacia la democracia.

Un sistema comunicativo moderno funciona estableciendo límites en las acciones del Estado y la sociedad, separando el ámbito de la costumbre (cultura) y la norma (juicio moral) y creando mecanismos que permitan que el "sistema social se observe a sí mismo y observe a otros mediante la comunicación"¹¹⁵; por ende esto conlleva al establecimiento de un nuevo contrato social entre ambos, para imponer un orden a través del poder moral de una opinión pública informada y con capacidad de juicio, ya que actualmente de lo que se carece es de información suficiente y veraz.

En el momento en que la información que emerge de la colectividad reduce la injerencia de grupos de poder privado, es posible mantener un debate público acerca de la mejor forma de tomar decisiones políticas.

El Estado y la sociedad se encuentran en un proceso de descentralización de las decisiones gracias a que el ámbito de la opinión pública se está transformando y está abriendo espacios de expresión a la pluralidad del sistema social, involucrado en la búsqueda de identidad, reconocimiento y aceptación de valores multiculturales.

Hoy en día la opinión pública demanda a los medios de comunicación una información que sirva "como un instrumento o mecanismo que permita hacer probable lo improbable, haciendo, asimismo, posible que pueda darse una comunicación con sentido y que pueda cumplirse el improbable fenómeno de la comunicación".¹¹⁶

¹¹⁵ Ignacio Izuzquiza, *op. cit.*, p. 208.

¹¹⁶ *Ibid.*, p. 221.

Asimismo, todos los actores que conforman a la opinión pública deben pedir al Estado una mayor difusión y socialización de la información, buscar espacios de interlocución organizándose en grupos civiles y elevando la discusión política al ámbito de la opinión pública para que sea racionalizada e influya en el ejercicio del poder.

Tenemos que a final de cuentas, la función articuladora de la opinión pública entre la sociedad civil y el Estado, consiste en establecer la selección de temas políticos que deben ser puestos a debate en la esfera pública, a fin de que sean aprobados o desaprobados por el juicio público.

Concluyo afirmando que la opinión pública ha evolucionado en forma paralela al avance democrático de las sociedades contemporáneas. Esto ha determinado una serie de transformaciones que han hecho que los medios de comunicación como formadores de opinión pública, sean un factor fundamental en el proceso de la democratización.

La problemática de la comunicación entre sociedad y Estado, y la escasa penetración relativa de los medios masivos, tienen su corolario en la existencia de una opinión pública con dificultades para asimilar información contrastada. En general, se puede decir que la población no tiene la costumbre de exigir a los medios información contrastada.

1.4. El derecho a la información y su regulación

La creación de un ordenamiento social e institucional es la característica demandada por un sistema, donde el Estado, a través de su política gubernamental, y los medios de comunicación están definiendo modos de interrelación de mutua dependencia y negociación lo que no permite establecer funciones y límites en su ejercicio dentro del ámbito de la comunicación política.

Reconocer el entorno jurídico donde se desarrolla la relación entre medios de comunicación y la opinión pública, es indispensable si tomamos como punto de partida que los medios de comunicación son el lugar donde se manifiesta la opinión pública y a menudo el lugar en donde ésta se genera. De la misma forma, éstos tendrían que fungir como contrapeso real al ejercicio del poder en la democracia moderna.

En los últimos 20 años se reconoce un Estado que con base en el Estado de derecho pugna por la autorregulación con afán de controlar jurídica y políticamente la labor de los *mass media* privatizando el derecho de poseer información. Con el control de los medios de comunicación, el Estado se absuelve de sus propias decisiones legitimándose en un Estado de derecho que tiene vacíos por la dinámica del sistema global que rebasa los tiempos y espacios actuales.

La opinión pública puede desempeñar en la sociedad la función de legitimar al régimen político, de la misma forma en que puede convertirse en un mecanismo de interacción social entre la sociedad, el Estado y los *mass media* a fin de articular los programas de gobierno. Es decir convertirse en un contrapeso real al ejercicio del poder en la democracia moderna y en mecanismo para crear escrutinio público de las acciones de los actores políticos y del poder, ya que posee elementos de análisis y crítica sobre hechos de interés común.

La concepción de un juicio público puede ser capaz de lograr que la prensa se vuelva en el catalizador de una opinión pública racionante convirtiéndose en un instrumento de lucha política. "La opinión pública, como fuerza anónima, es a menudo una fuerza política que no está prevista por ninguna constitución".¹¹⁷

¹¹⁷ Alfred Sauvy, *La opinión pública*, p. 6.

La comunicación política¹¹⁸, más allá de la creación del espacio público como tal, permite que se creen instancias de autoregulación entre los actores participantes del juicio público, participantes éstos que no se limitan al ámbito de la disputa del poder, sino que buscan un espacio más amplio para actitudes y roles sociales propios de una sociedad democrática y abierta a la pluralidad de ideas.

Son estos actores los que comienzan a gestionar de manera funcional la creación de instituciones reguladoras de las expresiones emanadas de la opinión pública. Es decir, "vuelven a hablar en nombre del derecho y de las libertades públicas. A veces hasta se crean organismos encargados de velar por la defensa de las libertades individuales y públicas, frente a los métodos de información masiva, e incluso por los adelantos de la biología moderna".¹¹⁹

La modernidad exige por parte de los participantes en el desarrollo histórico de la humanidad en su conjunto, una regulación eficiente del uso de la información, más aún una regulación eficiente de la defensa de la libertad a externar juicios de carácter público.

Las sociedades actuales se encuentran definidas con el nombre de sociedades de la comunicación en sustitución de la definición anterior de sociedades de producción¹²⁰, y es precisamente ahí donde la regulación de la capacidad de expresar juicios entra en juego, "el grado de modernidad de una sociedad se define por el 'debilitamiento' de sus normas de intercambio"¹²¹, esto es, que el grado en que una sociedad compleja se acerca a la democracia, tiene que ver con la capacidad que esa sociedad tenga para transformar y

¹¹⁸ "La comunicación política es más limitada y más forzada que el espacio público. Si bien los debates políticos primero atañen a los intercambios entre políticos, la comunicación política apunta a los intercambios entre políticos, periodistas y opinión pública, y el espacio público es el más amplio pues admite todo discurso que se expresa públicamente", Dominique Wolton, "La comunicación política: construcción de un modelo", *El nuevo espacio público*, México, Gedisa, 1992, p. 34.

¹¹⁹ Alain Touraine, "Comunicación política y crisis de la representatividad", *El nuevo espacio público*, México, Gedisa, 1992, p. 52.

¹²⁰ Cfr. Touraine, *op. cit.*, p. 54.

¹²¹ *Ibid.*

reducir la capacidad que el Estado tiene para impedir la libre expresión de las ideas entre individuos iguales, esto es con los mismos derechos que les otorga la norma.

En la actualidad, además de la función orientadora del Estado, han entrado en juego transformaciones que tienen que ver con la capacidad que ciertas instituciones tienen para regular la circulación y expresión de los juicios creados al interior de la sociedad, "hace ya más de un cuarto de siglo, J. Habermas indicaba, respecto de la 'esfera pública política', que 'está investida de una 'publicidad' de demostración y manipulación fabricada por las organizaciones sin que en ello colabore el público, desde entonces avasallado"¹²², esto es, que más allá de que la representación de la colectividad encamada en el Estado regule la transmisión y emisión de juicios de carácter público, las organizaciones que intervienen en el proceso de debate crean sus propias normas para manejar información de tal forma que tengan una capacidad de impresionar de tal forma al público, que sus opiniones sean tomadas como verdaderas.

La naturaleza de estas organizaciones varían con relación a la tolerancia que el Estado muestre con ellas, sin embargo, las que logran crear ese marco autoreglativo de sus opiniones deben darlo a conocer, definitivamente, a través de los medios de comunicación.

El proceso de formación de la opinión pública concluye con la creación de un marco jurídico pensado de tal forma que sea aplicado de manera general sin que afecte los derechos de las minorías en desacuerdo con las decisiones de la mayoría.

Tal como lo describe Kimbal Young, para que exista una ley que regule a la opinión pública debe existir el motivo que origine tal regulación, es decir, debe existir información común y necesaria para el debate público. Presenta cinco fases que tienen que ser consideradas en la creación de una ley; en primer lugar, definir algún tema o problema que exige, sin tardanza, una solución; en segundo lugar el análisis del problema y las consideraciones preliminares; el tercer paso, lo constituye por un adelanto de posibles soluciones al problema planteado; el cuarto paso consiste en la llegada a cierto grado de

¹²² Marc Abélès, "Rituales y comunicación política moderna", *El nuevo espacio público*, México, Gedisa, 1992, p. 141.

consenso¹²³, para que finalmente sea puesta en práctica la ley aprobada, instancia última que cae fuera de los límites de la opinión pública. Es decir, la creación de una ley derivada de una necesidad planteada por la opinión pública no determina que ésta, una vez aprobada y puesta en práctica la norma, pueda transformarla o adecuarla a su gusto, es cierto que las minorías pueden seguir presionando para obtener una modificación, pero esta modificación tendría que responder al consenso del juicio público.¹²⁴

Lo anterior se apunta con relación a que la creación de un marco que regule jurídicamente el manejo de la información y el acceso que se pueda tener a ella tiene que ver con la intervención de la opinión pública como institución indispensable para delimitar el campo de acción donde pueda operar la regulación. La información, como instrumento indispensable para la formación de la opinión pública debe ser manejada de acuerdo a los parámetros que la sociedad le marque, no puede existir una norma sin la participación activa de los integrantes de una sociedad.

La creación de una ley para el manejo de información deberá inscribirse dentro de la regulación que la sociedad, a través de la institución legislativa, establezca. Tal regulación tendrá que responder a la necesidad de que la ley sea de beneficio colectivo y no afecte ninguna garantía o derecho que el individuo tenga, esto es, la información y el acceso a éste deberá estar inscrita dentro del campo de lo colectivo de tal forma que no se afecten los derechos que como miembro de la sociedad un individuo tenga.

La regulación debe apuntar a la creación de un espacio público donde la información existente califique el desarrollo del juicio público, esto quiere decir que, antes de que se pueda llevar a debate una situación de interés general, se debe tener la información suficiente para no carecer de elementos a la hora de tomar alguna decisión de interés común.

La ausencia de una legislación moderna en materia de información, que contemple los avances tecnológicos y la participación equitativa y activa del sistema social en conjunto,

¹²³ "El consenso no significa un completo acuerdo entre todos. Las democracias operan principalmente a través del voto mayoritario", Kimbal Young, *La opinión pública*, Buenos Aires, Paidós, 1992, p. 16.

¹²⁴ Cfr, Kimbal Young, *op. cit.*, pp. 12-17.

refleja la necesidad de una Ley General de Comunicación Social en cuyos apartados se especifiquen los derechos y las obligaciones de los diversos actores que hacen uso de la comunicación.

Aunado a esta idea, también se reconoce la falta de la creación de una figura jurídica denominada *ombudsman de la información*, que denuncie la violación de la norma y sea el encargado no sólo de velar por la equidad en el acceso informativo, sino que represente una salvaguarda a la libertad de expresión y al derecho a la información¹²⁵ dentro de un sano y equitativo marco de competencia entre los medios.

La Ley General de Comunicación Social se encaminará a demostrar que el Estado tiene el compromiso con la sociedad de proporcionar toda la información referente a las tareas gubernamentales; así como guiar las acciones públicas y privadas en el rubro de la comunicación. Es aquí donde la figura del *ombudsman de la información* defiende bajo los principios de equidad e imparcialidad los intereses del individuo, con fundamento en el Estado de derecho, es decir, que defienda y castigue con base en la norma.

¹²⁵ Por derecho a la información se entiende "la posibilidad de que la sociedad civil reciba información oportuna y veraz del aparato público directamente o a través de los medios de comunicación social", Ernesto Villanueva, *El sistema jurídico de los medios de comunicación en México*, México, Universidad Autónoma Metropolitana- Triana, 1995, p. 22.

ESTA TESIS NO SALE DE LA BIBLIOTECA

CAPÍTULO II

EL ENTORNO ÉTICO, JURÍDICO Y POLÍTICO DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Gobernar atento a la opinión pública se acerca a la democracia.

*Rayuela*¹²⁶

En aquél tiempo, el mundo de los espejos y el mundo de los hombres no estaban, como ahora, incomunicados. Eran, además, muy diversos; no coincidían ni los seres ni los colores ni las formas. Ambos reinos, el especular y el humano, vivían en paz; se entraba y se salía por los espejos. Una noche, la gente del espejo invadió la tierra. Su fuerza era grande, pero al cabo de sangrientas batallas las artes mágicas del Emperador Amarillo prevalecieron. Este rechazó a los invasores, los encarceló en los espejos y les impuso la tarea de repetir, como en una especie de sueño, todos los actos de los hombres. Los privó de su fuerza y de su figura y los redujo a meros reflejos serviles. Un día, sin embargo, sacudirán ese letargo mágico...

*Jorge Luis Borges*¹²⁷

2.1. La opinión pública

La formación del concepto "opinión pública" y su estudio de manera formal comenzó su auge en Europa en la década de los cuarenta con la corriente crítica de la Escuela de Frankfurt. El análisis y construcción de modelos teóricos que dieran una explicación acerca del fenómeno de la opinión pública se consolida con la llegada de estudiosos de origen austríaco y judío a los Estados Unidos. Los emigrantes que llegan al país entre los

¹²⁶ "Rayuela", *La Jornada*, México, 13 de junio de 1996, p. 56.

¹²⁷ Jorge Luis Borges, "Animales de los espejos", *Manual de zoología fantástica*, México, Alianza, 1993, p. 34.

finales de los cincuenta y principios de los sesenta se dan cuenta de la necesidad de establecer un método científico para conocer la realidad que lleven a construir teorías con verificabilidad empírica. Tal método debería permitir establecer leyes o parámetros de regularidad sobre los fenómenos tales como democracia, lucha entre élites, desobediencia civil, solidaridad, colectividad, entre otros.

Paralelo a la Escuela de Frankfurt, en Chicago comienzan los estudios de la opinión pública desde la perspectiva sociológica, y que se basan en el precepto de *Racional Choice*, donde se dedican a reflexionar sobre el concepto de opinión pública bajo un análisis conductista, sistemático y funcional de la economía y su relación estrecha con la política, recuperando los métodos deductivos economicistas que parten de axiomas preestablecidos (Racionalidad lógica).¹²⁸

Ambas escuelas reconocen que se requieren reformulaciones sociológicas para comprender la dinámica social y las "realidades más complejas" donde se desarrolla.

La estructura social capitalista presenta una complejidad que requiere de nuevas categorías para su explicación, ya que en ese momento, la sociología se encuentra inmersa en una crisis teórica que no permite la conformación de una teoría específica propia de su materia. El método de estudio utilizado por los integrantes de estas escuelas tiene que ver con un planteamiento cuantitativo del fenómeno de la opinión pública. La idea de poder cuantificar los fenómenos relacionados con la opinión pública llevó, por ejemplo, a la creación de las encuestas en los Estados Unidos alrededor de 1937.

Tomando como base la concepción empírica de la sociología, el análisis de los investigadores deja de lado el enfoque cuantitativo que prevalecía en el estudio del fenómeno, enfoque que permite sondeos y encuestas a partir de la construcción de muestreos representativos de conglomerados sociales.

Aún cuando la concepción cuantitativa no es desechada por completo por parte de los estudios, la concepción cualitativa de la opinión pública permite ver el fenómeno no sólo como un elemento susceptible de ser medido, sino también como un concepto teórico basado en investigaciones de laboratorio y técnicas de observación para poder medir

¹²⁸ Cfr. Paul F. Lazarsfeld, "Public opinion and the Classical Tradition", p.

estímulos y respuestas grupales, a través de cálculos programáticos de comportamiento entre grupos sociales y el gobierno que constituye el Estado.

No debe entenderse que el enfoque cualitativo de la opinión pública sea sólo una variante del cuantitativo, lo cualitativo implica entrevistas de semblanza que registran preferencias, actitudes y motivaciones con elementos psicológicos subjetivos que se refieren a cuestiones de identidad, sexo, educación, ingreso y edad; elementos estadísticos que sirven para fragmentar los estudios por temas.

Esta herramienta es la que cobra más importancia porque ahora, tanto el Estado moderno como diversas instituciones públicas, están preocupadas por saber qué es lo que piensan los ciudadanos, ya que la incertidumbre y las condiciones del mercado lo exigen. Lo cualitativo tiene que ver más con la expresión de opiniones sobre temas variados, lo cuantitativo con la aceptación o rechazo de una opinión exteriorizada *a priori*.

En el campo de estudios sobre la opinión pública desde la perspectiva política, las corrientes alemana y estadounidense tratan de explicar la serie de fenómenos que impulsan la formación de la opinión pública como resultado de fenómenos paralelos o anteriores como la democratización, la estabilidad política, pautas de integración, realización y participación de los grupos sociales¹²⁹.

Los grupos sociales insertos dentro del proceso de formación de la opinión pública buscan desarrollar nuevas instituciones políticas a través de la toma de conciencia de la colectividad que benefician a la sociedad, de la misma manera estas instituciones políticas deben servir de nexo entre los gobernantes y los gobernados.

La formación de la opinión pública a través de instituciones políticas tiene que ver con el trabajo en conjunto, es decir, con la coherencia y acción de todas las fuerzas sociales agrupadas bajo un nuevo simbolismo de la vida política, y tiene como efecto inmediato la transformación de la sensibilidad tanto de la vida personal como de la vida social.

¹²⁹ Consúltese Gino Germani, "Surgimiento y crisis de la noción de opinión pública", *La opinión pública*, Buenos Aires, Paidós, 1992.

Por otra parte, el inicio de siglo supuso la jerarquización de la opinión pública como un fenómeno sociológico-político, conceptualización que encuentra su razón de ser en la forma como se manifiestan, es decir, la opinión pública como fenómeno sociológico, esto es de relación entre individuos, se expresa de manera obvia en el terreno de lo político, esto es, de la organización de la sociedad.

La opinión pública, como objeto de estudio, se compone de juicios constituidos acerca de temas específicos, condicionados éstos a la experiencia, la presión social existente, los niveles de información a que se tiene acceso, el nivel cultural y educativo, etc.

Lo anterior se origina dependiendo de la información que fluya por los canales de comunicación masiva que seleccionan y jerarquizan la información de tal manera que presentan una información parcial; en la actualidad, ningún medio de información que actúe en la formación de la opinión pública presenta, desde el discurso hasta la forma en que es presentada esta información.

Podemos decir que formar opinión querría decir seleccionar información a partir de determinadas fuentes y emitir un juicio particular acerca de un tema determinado. El problema radicaría en la oportunidad que el receptor tiene de acceder a la información, esto es, de acceder a los diferentes tipos de información, tal situación está íntimamente condicionada por el nivel económico y cultural del receptor.

La formación de opinión tiene que ver con la búsqueda de información con características de pluralidad, esto quiere decir, de diferentes puntos de vista o presentación de información acerca del mismo tema. Cuando se tiene acceso a fuentes informativas más amplias y centros de formación de juicios diversificados, se incrementa la posibilidad de mayor movilidad.

La opinión pública está formada, pues, por actitudes verbalizadas, ideas y convicciones, acerca de algún tema discutido. Los grupos con intereses especiales se convierten en los centros de la discusión pública, pero en la formulación final de la opinión mayoritaria o el consenso el papel decisivo es desempeñado por el sentimiento y la opinión del público en general. Sin duda alguna, cuando expresamos nuestras opiniones sobre cosas de las que no tenemos un conocimiento personal inmediato, obtenemos de la prensa, la radio y el cine, los materiales sobre los que basamos nuestros comentarios. Con todo, estos medios

de comunicación no crean por sí mismos, como algunos han afirmado la opinión pública. Ellos pueden hacer brotar nuestros prejuicios y revivir viejos mitos y leyendas, pero a su vez reflejan las creencias que resultan de la interacción directa de los individuos; pueden influir en la orientación que adopta la opinión pública, pero ellos también son afectados por las actitudes y creencias comunes.¹³⁰

En las sociedades modernas, la opinión pública es cambiante y determinada por los juicios emitidos por un grupo de personas que desde los medios de comunicación emiten sus ideas en busca de un consenso que parta de la colectividad, para así, legitimar los intereses particulares que existen detrás de esos juicios.

Al ser poco o mal informada, la opinión pública tiende a cambiar constantemente de posición respecto a determinado tema, lo anterior se debe a la característica de maleabilidad que tienen los juicios de la colectividad, la posibilidad de manipular los juicios de la opinión pública permite que los criterios de la sociedad cambien por la selección y transformación de los mensajes que emiten los medios de comunicación sin importar su naturaleza.

Los medios, en la actualidad, realizan estudios de públicos para determinar dónde existe un cierto nivel de ignorancia respecto de temas específicos y, poder así, persuadir al público con la imposición de ciertas ideas al mismo tiempo que se modifican sus conductas y acciones.

También es necesario establecer la diferencia entre dos conceptos fundamentales en el proceso de formación de la opinión pública: "opinión", por un lado, y "actitud", por el otro. Al definir opinión, Kimbal Young dice:

Una opinión es una creencia bastante fuerte o más intensa que una mera noción o impresión, pero menos fuerte que un conocimiento positivo basado sobre pruebas completas o adecuadas. Las opiniones son en realidad creencias acerca de temas controvertidos o relacionados con la interpretación valorativa o el significado moral de ciertos hechos. Una opinión no es, sin duda, algo tan cierto como una convicción, que se relaciona más estrechamente con el sentimiento.¹³¹

¹³⁰ Kimbal Young, *La opinión pública*, Buenos Aires, Paidós, 1992, p. 27.

¹³¹ *Ibid.*, pp. 10-11.

Por su parte W. J. H. Sprott, nos da la definición de actitud:

"Una actitud -escribe G. W. Allport- es un estado mental y nervioso de disposición, organizado a través de la experiencia, que ejerce una dirección o una influencia dinámica sobre la respuesta del individuo a todos los objetos y situaciones con los cuales está relacionado". Kimbal Young la define "como una tendencia o predisposición a preñida, más o menos generalizada y afectiva, a responder de una manera más bien persistente y característica, por lo común positiva o negativamente (a favor o en contra), con referencia a alguna situación, idea, valor, objeto material o clase de tales objetos, personas o grupos de personas".¹³²

La forma en que los elementos actúan en el proceso de formación de la opinión pública la describe el mismo autor:

Naturalmente, no se puede insistir mucho en la distinción entre lo que significamos por "actitud" y lo que significamos por "opinión", pero cuanto más cargada emocionalmente está la gente, cuanto más le *preocupe* una cuestión, tanto más usaríamos la palabra "actitud", y cuanto menos le preocupe, tanto más usaríamos la palabra "opinión". Al considerar la "línea" tomada por el público, lo que nos interesa es el contenido emocional, de modo que preferiríamos hablar de actitud antes que de "opinión".¹³³

La institución política ha sabido aprovechar más estos estudios de público, actualmente se miden más las actitudes y preferencias que las opiniones. Es decir, no se exploran las concepciones acerca de un tema, esto es, la emisión de un juicio, sino a partir de una opinión dada, se mide la frecuencia con que ese juicio es aceptado, la aceptación o el rechazo que esa idea pueda tener. En este sentido la institución política puede sondear la aceptación o el rechazo que una acción gubernamental puede experimentar.

La emisión de juicios por parte de la opinión pública depende en mucho de la función que los medios tienen en la sociedad, el proporcionar información para de ahí construir un juicio que intenta, a través de matizar y seleccionar temáticas de discusión, influir en el público e influir, consecuentemente, en el ámbito público. La influencia que la opinión

¹³² W.J.H. Sprott, *La opinión pública*, Buenos Aires, Paidós, 1992, pp. 73-74.

¹³³ *Ibid.*, p. 74.

pública tenga en las decisiones políticas tiene que ver directamente con el proceso de su formación ya que "la opinión pública lo es en un doble sentido: sea en el momento de su formación, porque no es privada y nace de un debate público, sea por su objeto, que es la cosa pública"¹³⁴.

Sin embargo, cuando la opinión pública recibe demasiada información, le es difícil procesarla para formarse un juicio único. Los medios de comunicación tienden a reforzar esta situación divulgando ideas de grupos de poder para persuadir y transformar los criterios y juicios de la opinión pública.

El proceso de formación de juicios racionales es lento y suele sustentar una firmeza de decisión, por ejemplo, cuando una persona emite su voto convencido de sus ideas y que previamente ha formado su decisión a partir de flujos informativos plurales, es muy difícil que esa persona modifique sus acciones.

Planteado este papel de los medios masivos, podemos decir que existen diferentes niveles de opinión pública condicionados por la cantidad de información que los medios proporcionan. La identidad es un elemento interesante en el proceso de formación de la opinión pública, elemento sustentado en un complejo sistema de símbolos.

Por sistema de símbolos me refiero a los instrumentos de ordenación de conductas colectivas, cuya intencionalidad es establecer patrones o modelos de conducta que instituyen procesos sociales y psicológicos, lo que permite moldear conductas públicas.

La opinión pública está inmersa en un proceso donde la información es transformada, donde los medios producen y reproducen mecanismos de control manejando estereotipos orientados al consumo, y donde los medios a final de cuentas tienen "el papel principal en la formación de la opinión pública"¹³⁵.

Aunado a esta idea podemos decir que el sistema informativo genera y reproduce, sobre la opinión pública, valores de la cultura moderna a través de formas simbólicas que hacen

¹³⁴ Giovanni Sartori, *Teoría de la democracia*, México, Alianza, 1978, p. 127.

¹³⁵ *Ibid.*

referencia a experiencias comunes y dan un sentido al proceso de organización, decisión y acción colectiva.

La opinión pública tiene que ver con necesidades de organización, esto es, un planteamiento de objetivos que partan de los individuos y alcancen para lograr una sistematización de las acciones, podemos afirmar que "no hay opinión pública sin seres humanos, grupos y organizaciones sociales; la opinión pública tiene que ver con factores políticos, como por ejemplo, la organización y distribución del poder y los procesos de la decisión política".¹³⁶

Si hemos planteado bien la situación de los medios, vemos como han logrado crear una opinión pública accionante sobre la base de la difusión de opiniones provenientes de un pequeño grupo de personas que persiguen fines particulares.

La opinión pública resultante es una institución que se encuentra a merced de las decisiones que la institución gubernamental decida implantar, puesto que la fragmentación de la opinión pública se lo permite. Dicha fragmentación da como resultado la emisión de un juicio que no encuentra consenso, pero que tampoco da oportunidad de plantear una opinión alterna a la externada por los medios. Se hace necesario entonces, crear una nueva situación de la opinión pública, reconstruir a esta institución social y al campo donde actúa.

La reconstrucción de la opinión pública y de la esfera pública requiere de la valoración de individuos que se organizan e incorporan en grupos con diferentes visiones y temáticas políticas, individuos que constituyen así, un nuevo ordenamiento social con instituciones encargadas de garantizar y regular el funcionamiento de una nueva morfología de la política contemporánea.

¹³⁶ Raúl Rivadeneira, *La opinión pública: Análisis, estructura y métodos para su estudio*, México, Trillas, 1995, pp. 6-10.

2.2. Los medios de comunicación como generadores de la opinión pública

El proceso histórico en el cual se ha visto inmiscuida la opinión pública ha generado un cambio sustancial en la forma del espacio público. Durante la Edad Media, se discutían temas que afectaban al pueblo en las plazas de las aldeas; luego los clubes sustituyeron este espacio de debate público, durante la entrada a la época moderna; el periodo de las revoluciones cambió el espacio hacia los cafés; para en la actualidad ceder el *status* de espacio público a los medios de comunicación.

Un proceso histórico que ha terminado en la situación en donde son los medios los que se constituyen en una especie de "ámbito institucionalizado", donde se segmentan opiniones, seleccionan temáticas y agendan acciones. Actualmente los medios tratan de influir en el público de forma tal que se genere una opinión pública que responda a las necesidades de la mercadotecnia y las políticas públicas.

Es obvio que no se habla de los medios como institución formadora de la opinión pública. Se habla de los medios como el canal por el cual la opinión pública puede ser influida y dirigida hacia objetivos determinados por medio de mensajes seleccionados de antemano. Los medios de comunicación se ven en la actualidad como una empresa, de tal manera que su función está determinada por la mercadotecnia y, fundamentalmente, por su relación con los centros de decisión del poder.

Si bien los medios cuidan el aspecto de la venta de productos determinados, también entra al juego la política, ya que los medios representan una de las características para el papel que desempeña ésta.

Si bien, en la mayor parte de las Constituciones modernas se garantiza la libertad de expresión y el derecho a la información, ello no garantiza la revisión mediante la cual los medios seleccionan su información; que una vez emitida tendrá como receptor inmediato a la colectividad.

Si entendemos a la opinión pública como un fenómeno que engloba a la sociedad como totalidad ligada al deber ser de la política y la sociedad misma, veremos que si bien existen los elementos esenciales de la opinión pública (los individuos), no se establecen

de manera clara los espacios para que esos individuos puedan emitir sus opiniones. La concepción de los medios de comunicación como el espacio público de la sociedad actual, tiene que ver con los planteamientos que la sociedad contemporánea le hace al proceso de discusión.

El número de individuos que realmente tienen acceso a los medios es reducido, este grupo está conformado por personas que tienen la capacidad de influenciar en las estructuras que dirigen a la sociedad. Se plantea acceso a los medios, entendiendo desde aquí a los medios como el nuevo espacio público, no como la posibilidad de captar sus mensajes, sino como la posibilidad de emitir juicios a través de ellos.

La sociedad civil (atendiendo la división que hemos hecho entre ella, los medios de comunicación y el Estado) se convierte en un conjunto de individuos que representan un circuito de comunicación racional capaz de influir en la toma de decisiones políticas, por medio de la puesta a discusión de demandas de interés colectivo en el espacio público operante.

Cabe entonces preguntarse, ¿Realmente la sociedad civil tiene acceso a los medios de comunicación para plantear sus demandas? La concepción de los medios de comunicación como el espacio público en donde se presenten las demandas de interés colectivo tendrían que ceñirse a lo que la definición plantea: "Demanda de interés colectivo". Ello con relación a plantear "demandas de interés colectivo" que interesaría a la totalidad de la sociedad.

Tenemos entonces que cuando ese acceso se encuentra negado, se debe a la necesidad que tiene la institución gubernamental por aparentar una situación de bienestar generalizado por omisión de demandas. Es decir, si se evita la llegada de la sociedad civil a los medios para plantear sus problemas, la opinión pública al no tener noticias de estas demandas da por hecho que el gobierno cumple con su papel de gobernar.

La opinión pública no se va a manifestar en función de la capacidad de relación entre sus miembros, porque ésta resultaría imposible de manera directa, pero sí con relación a los problemas que se planteen en los medios. La información resulta un elemento importante en este proceso, el acceso a ella (tanto la emisión de opiniones como la difusión de éstas)

implicaría la reconstrucción de una opinión pública dentro de las situaciones que plantea una democracia.

El papel de los medios, como formadores de opinión pública, se hace patente en diversas formas. La fragmentación de la realidad en temas específicos permite la exposición de informaciones seleccionadas de acuerdo a intereses que los medios desean propagar.

En este sentido, debemos de considerar a los medios de comunicación como dos cosas diferentes: por un lado, como un integrante de lo que se denomina actualmente industria cultural, esto es, un canal por medio del cual se ofrecen estereotipos y actitudes que tienen una finalidad estrictamente comercial y, por otro lado, como generadores de la opinión pública y agentes participantes en el proceso de control social.

Los *mass media* han diversificado sus canales de transmisión de mensajes y la naturaleza de sus fuentes. En este sentido, para hablar de opinión pública no se tiene que restringir al modelo único. En la actualidad tenemos que hablar de los medios como un conjunto de canales resultantes de la evolución de la tecnología, es decir, medios comúnmente llamados "de masas" (radio, televisión, cine) y otros a los cuales la mayor parte de la sociedad no tiene acceso (redes cibeméticas, bases de datos, etc.)

Si pensamos, desde la perspectiva de MacLuhan, en el sentido que los medios no son sino extensiones del sistema nervioso humano en el sentido individual¹³⁷, no sería disparado concebir a la opinión pública como la manifestación extendida de las ideas aplicadas a toda la sociedad y a todos los medios. Veremos entonces que los medios siempre están ligados al poder político, una separación o contraposición equivaldría al nacimiento del cuestionamiento acerca de las funciones ejercidas por el Estado.

La institución gubernamental estará ligada a los medios si quiere mantener cierto control sobre la sociedad en la que se desarrolla. Los medios de comunicación relacionados de manera estrecha con el gobierno, también lo están con los intereses económicos que origina la actual situación de globalización¹³⁸ (concepto también McLuhaniano) y

¹³⁷ Véase Marshall McLuhan, *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, México, Diana, 1989.

¹³⁸ Véase Marshall McLuhan, *La aldea global*, México, Diana, 1989.

modernización. Los medios tienden, por lo regular a "lograr la integración económica y la homogeneización cultural (así como) orientar la tecnología informativa hacia la construcción de una estructura universal de comunicación".¹³⁹

Los medios tienden a unificar actitudes, preferencias, apariencias y, aquí está lo interesante, opiniones. Los medios de comunicación se han convertido paulatinamente en una institución que, si bien no tiene la verdad, posee la información; las más de las veces parcial y fragmentada.

La opinión pública se formará, como ya lo hemos visto, a partir de la selección de esa información que está recibiendo a través de los medios. Esto resultaría en la práctica obvio, lo que no resultaría evidente es el origen de tales informaciones, no del hecho en sí, sino del manejo y presentación que de esos hechos se hagan. Veremos entonces que esa manipulación de la información se hace en función de buscar una reacción en el público, de generar una opinión que pueda ser asimilada sin que existan muchos obstáculos o resistencias en las acciones de los individuos. Una opinión, a fin de cuentas, que tienda a ser generalizada. La introyección que tal opinión origine está planeada totalmente por los medios.

El planteamiento anterior supondría una manipulación de la opinión pública en función al contenido de los juicios emitidos en los medios acerca de la información presentada alrededor de herramientas de un tema, una manipulación distinta tendría que ver con el manejo que de elementos estadísticos se hace en los medio. Esto es, la utilización de herramientas cuantitativas como las encuestas, los sondeos y muestreos, para generar opinión pública.

Se busca, evidentemente, un mecanismo por el cual se puedan "medir" las reacciones que determinadas informaciones tienen en la sociedad. Los efectos que los estudios tengan, deben de observarse también desde el contenido de sus planteamientos.

Podemos decir la opinión pública se forma en espacios y procesos de comunicación abiertos, autónomos y políticamente relevantes, con base en la construcción de la razón

¹³⁹ Fátima Fernández Christlieb, *Los medios de difusión masiva en México*, México, Juan Pablos Editor, 1992, p. 307.

colectiva. La opinión pública busca penetrar en el sistema político y en el procesamiento institucional y normativo para influir y consolidar su lucha. Toma su forma en la sociedad civil donde a través de los *mass media*. Éstos son generadores de opinión pública no resulta errado, siempre y cuando consideremos ese *status* de "generadores" en el sentido de que buscan un consenso entre la sociedad. Es decir, conseguir un consenso alrededor de una opinión que buscaría homogeneizar los puntos de vista que se manifiestan alrededor de un tema.

Sólo en este sentido deben de entenderse como "generadores", el otro sentido tendría que ver con la generación, no de consensos, sino de las opiniones propagadas por los medios y ahí el concepto debe de cambiar. Los medios no crean las opiniones, dado que sólo pueden ser creadas por individuos, solamente se dedican a difundir esas opiniones, y a conseguir su aceptación.

2.3. Importancia de la opinión pública como mecanismo de interacción entre la sociedad y los medios de comunicación

En las sociedades modernas de tipo democrático, las relaciones entre los medios de comunicación y la sociedad se sustentan en el nivel del consenso, producto de las decisiones políticas correctas que siguen a la discusión de temas en el ámbito público.¹⁴⁰

Cuando existe una situación de pluralidad de puntos de vista, medios y flujos informativos, la idea de gobierno trasciende al plano de la esfera pública como el sitio ideal donde múltiples públicos debaten y discuten cosas públicas, permitiendo la interrelación y el consenso entre las diversas corrientes que emiten su opinión.

El ámbito público, como se llama a este espacio, "es un espacio donde interactúan el poder político y los intereses privados, no siempre ni obligadamente complementarios. Antes bien, se trata de una zona crítica donde se confrontan en público --pero no con el discurso de la sociedad toda-- opiniones, interpretaciones y estrategias diversas y aún opuestas sobre cuestiones que atañen el interés general".¹⁴¹

Presentamos entonces a la opinión pública como un mecanismo articulador de la relación entre la sociedad y los medios de comunicación en la medida que, a través de la selección de temáticas, es capaz de unificar conductas, conocimientos, opiniones, actitudes y fines valorativos.

En una sociedad plural se permite que diversos niveles de opinión pública puedan converger e identificarse en una reacción común al plantear "informaciones sobre el estado de la cosa pública".¹⁴² Es así cuando la opinión pública se convierte en centro de

¹⁴⁰ La definición de este concepto se podría plantear como "ese espacio de comunicación (prensa y parlamento en su origen) es el llamado ámbito público o espacio de lo público. En rigor, es una "zona intermedia" que no es ni enteramente estatal ni puramente privada o perteneciente a la esfera de la producción mercantil". Cuadernos del SUA, *Introducción al estudio de la opinión pública*, México, UNAM/Facultad de Ciencias Políticas y Sociales/Sistema de Universidad Abierta, 1994, p. 35.

¹⁴¹ *Ibid.*

¹⁴² Sartori, *op. cit.*, p. 130.

poder, influencia y discusión plural para permitir establecer acuerdos consensuales, la complejidad del entorno social y político tiende a reducir el riesgo de conflicto entre los individuos de toda la sociedad.

En este sentido, la lucha entre los grupos e intereses que pretenden privatizar el espacio público pretendiendo un bien común¹⁴³ y por otra parte la presencia de una sociedad civil que a través de políticas informativas y de la organización interrelaciona a los actores del sistema global, generando así, un reacomodo estructural de las instituciones que cada vez se expresan más autónomamente en torno a las decisiones gubernamentales.¹⁴⁴

Podemos decir que bajo esta perspectiva, la opinión pública se transforma en una entidad autónoma al apoyarse en una "estructura policéntrica de comunicación y el interjuego competitivo de éstos".¹⁴⁵

Por otro lado, pero bajo la misma dinámica del sistema, está inmersa en nuevos procesos y sucesos donde la participación y movilidad social en el ámbito público pasa de ser un sujeto pasivo a otro activo. Ello, gracias al surgimiento de una conciencia organizada como sociedad civil que interrelaciona a los medios de comunicación con la sociedad, construyendo con ello las condiciones para modernizar a una opinión pública que deja de ser autoritaria y fragmentada para transitar a su modernización. Lo que implica que sea un ámbito donde distintos tipos de acción coincidan en un mundo social reflexivo alcanzando

¹⁴³ "Se entiende que en un principio el llamado ámbito público tuvo una existencia irregular y discontinua. Si más tarde éste pudo articularse y legitimarse como una institución necesaria para el nuevo ordenamiento del Estado y el ejercicio no arbitrario del poder, se debió a que los propios sectores emergentes (burguesía, profesionistas liberales y en general grupos ilustrados) tenían interés en dar carta de naturalización a un espacio desde el cual pudieran, como conjunto de personas privadas, incidir en las determinaciones del poder en un sentido favorable a sus intereses. Para ello, fue preciso que esa intervención en la política, el derecho a discutir razones, contenido y consecuencias de las disposiciones del poder soberano, y la capacidad de influir en ellas aparecieran no como privilegio corporativo o interés particular sino como derecho universal y expresión del interés general", Cuadernos, *op. cit.*, p. 36 .

¹⁴⁴ "El público, antes mero destinatario, pasa a ser elemento activo de la decisión del Estado, produciéndose así el tránsito de la política palaciega a una política que, para ser eficaz, debe discurrir por el circuito de lo público", *ibid.*

¹⁴⁵ Sartori, *op. cit.*, p. 72.

un punto en donde la *mass media* y la sociedad acepten coordinar planes y alcanzar objetivos mediante la negociación.

La articulación de intereses comunes de la sociedad con los *mass media* se está dando, porque éstos últimos comienzan a darse cuenta que las decisiones de la sociedad organizada trascienden a la esfera pública y tiene un peso específico en las transformaciones de un régimen cuyas acciones autoritarias están siendo convertidas en algo caduco y obsoleto, por ende siempre rebasadas por el clamor de una sociedad en aras de modernizarse y democratizarse.

Una sociedad, al fin, donde el interés colectivo comienza a ser un tema prioritario en la agenda gubernamental y de la prensa. La democracia se convierte en una consecuencia-elemento del proceso de formación de la opinión pública, tal como menciona Landshut:

"El Estado moderno presupone como principio de su propia verdad la soberanía popular, y ésta a su vez, tiene que estar encamada por la opinión pública. Sin esa atribución, sin la substitución de la opinión pública como origen de toda autoridad de las decisiones obligatorias para todo el mundo, falta a la democracia moderna la sustancia de su propia verdad".¹⁴⁶

Los medios no son los creadores de la opinión pública como sistema de ideas, sino más bien como una forma mediante la cual puede alcanzarse el consenso. La relación entre los medios de comunicación y la opinión pública es indispensable si tomamos en cuenta, como punto de partida, que son los medios la representación actual del ámbito público; en tanto están siendo manejados por grupos de interés político particulares y, en tanto, no reflejan la opinión que el resto de los integrantes de la sociedad desea manifestar.

El consenso sobre opiniones acerca de temas específicos es la meta de los medios masivos. La necesidad de obtener el apoyo de un determinado grupo de gente al respecto del desarrollo de determinado programa gubernamental. Una respuesta favorable de la opinión pública lleva a la institución administradora del poder a utilizar a los medios para, si no conseguir el consenso, al menos simularlo.

¹⁴⁶ Landshut citado por Jürgen Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, p. 262.

El desarrollo de nuevas políticas de interés social y la aceptación de los mecanismos para aceptar el cambio de conducta de la institución gobernante, se deben dar por medio de la discusión pública, tratando de llegar a un consenso alrededor de diversas situaciones planteadas.

El papel de los medios disminuye el tiempo durante el cual estos procesos deben llevarse a cabo, es decir, los medios se convierten en un acelerador de la toma de decisiones. Ello quiere decir que en el momento en que los medios se convierten en un espacio público determinado, espacialmente como autónomo, y el canal por el cual las opiniones de las instituciones rectoras de la sociedad plantean sus soluciones a problemas de interés social, la extensión y discusión de opiniones se ven disminuidas de manera drástica, impidiendo con ello que se pueda generar una opinión pública que atienda la discusión generalizada, y se verá reducida a los individuos que tengan la capacidad de apropiarse del espacio público para presentar sus opiniones y esperar de manera automática la respuesta a esas soluciones. Una respuesta que no partirá de la discusión de propuestas, sino del conteo de los individuos en favor de esa opinión emitida.

Hablamos de dos niveles distintos, por un lado, la anulación de la posibilidad de discusión y, por el otro, la reducción drástica del tiempo que implica tomar las decisiones políticas. En el primero, el papel de los medios se manifiesta como el escaparate de propuestas únicas y debatibles, sólo entre los individuos que tienen acceso a los medios; la sociedad, como un conjunto de personas con capacidad racionante, queda anulada hasta el punto de solo poder emitir un voto de acuerdo o desacuerdo con la opinión presentada por quien sí tuvo acceso a los medios. Ello implica la existencia de un consenso cuantitativo, basado en la estadística dirigida hacia un objeto de discusión, y no en el consenso cuantitativo, basado en la discusión de propuestas que aglutinen a la totalidad social.

En cuanto al segundo nivel, podemos observar que la intromisión de los medios, como divulgadores de las propuestas hechas por los individuos con acceso a ellos, ha acortado de manera significativa el tiempo que precede a la toma de decisiones de carácter político. Así, impide que la discusión permita la comparación desde un punto de vista histórico y de consecuencias de carácter social de la solución propuesta.

El tiempo se convierte entonces en un elemento necesario para el proceso de formación de la opinión pública; es decir, que "necesitamos un patrón que nos permita comparar unos procesos sumamente diversos, y ese patrón es el tiempo. Sin el tiempo, el cambio nada significa. Y sin el cambio, el tiempo se detendría. El tiempo puede concebirse como los intervalos durante los cuales ocurren los acontecimientos. Así como la moneda nos permite comparar procesos diversos"¹⁴⁷. La reducción del tiempo no implica una discusión apresurada, implica la ausencia de discusión.

Parecería arriesgado hacer la siguiente afirmación, pero los hechos lo demuestran: cuando la institución gobernante o los grupos de poder presentan una opinión en los medios de comunicación es disfrazada de propuesta cuando, en realidad, no constituye sino una decisión tomada de antemano y dada a conocer al juicio público no para discutirla, sino para legitimarla.

La función de los medios en el manejo de la información y la presentación de opiniones particulares que persiguen fines ajenos al interés común nos da una idea de la validez que tiene, dentro de los límites de la modernidad, considerar a los medios como el nuevo espacio público, que no tendría ninguna desventaja si el acceso a ellos fuera generalizado y no un coto de grupos o personas particulares.

¹⁴⁷ Alvin Toffler, *El shock del futuro*, México, Arca de Papel, 1970, pp. 32-33.

2.4. La opinión pública como equilibrio en el ejercicio del poder en la democracia moderna

La modernización de la opinión pública en el momento actual, trae consigo diversos mecanismos que hacen que la perspectiva de la vida social y personal se encuentre en un proceso de cambio dinámico y constante. Los cambios nos plantean establecer nuevos simbolismos que tengan como objetivo tratar de ubicar a estas manifestaciones de la opinión pública en un proceso de democratización.

La moderna opinión pública se deberá de encargar de organizar a todas las fuerzas sociales para relacionarlas con el Estado en un diálogo constante basado en la discusión de problemas comunes. La actual demanda de los integrantes de la sociedad que piden participar de manera activa en la toma de decisiones políticas tendrá que verse vinculada necesariamente con un equilibrio de los niveles de discusión y decisión que atañen a la vida pública.

El equilibrio que se pretende construir tiene que ver con la necesidad de crear un nuevo ámbito público en donde la totalidad de la sociedad pueda plantear los problemas que le atañen como sociedad y pueda modificar o proponer decisiones políticas. Un espacio público que se encuentre lejos de la influencia de unos cuantos actores sociales y que en un gesto de pluralidad, permita a todas las corrientes sociales plantear sus problemas para que sean llevados a discusión.

El papel de la opinión pública, dentro de este esquema de equilibrio, tiene que ver con permitir que todos los individuos se encuentren en posición de emitir su opinión para que la discusión de la sociedad decida si esa propuesta es llevada al plano de la decisión política.

La comunicación y las acciones que se derivan, son la base para que en la discusión abierta se propongan las soluciones a un problema planteado por una persona que adquiere el carácter de sujeto participante de la democracia, ya que ésta es la

responsable de entablar espacios de diálogo en un sistema donde, de entrada, existe una serie de demandas para después de la discusión obtener soluciones al problema planteado.

La toma de decisiones tiene que ver con el consenso que una propuesta tenga, ya que la discusión a través del diálogo y el "consenso sobre la norma de solución de los conflictos (es una) condición necesaria y prerequisite de la democracia"¹⁴⁸. Democracia significaría, en este plano, que sean los mismos ciudadanos quienes resuelvan o determinen las acciones políticas.

Para la conformación de un nuevo orden social se necesita un sistema de instituciones que garantice y regule el funcionamiento de una nueva morfología de la política contemporánea como producto del consenso; que proviene de la nueva forma y accionar de la opinión pública en las democracias modernas. En este sentido, tomando en cuenta a los medios de comunicación, como el principal mecanismo mediante el cual se está formando la opinión pública, éstos tienen un papel muy importante en el proceso de transición a la democracia de determinado país.

Para que una opinión pública sea moderna, la cultura emitida en los medios de comunicación tiene la función de generar conciencia y debate sobre temas de la vida pública.

La complejidad social ha gestado procesos de incomunicación¹⁴⁹ en las relaciones de los diversos actores. Los medios no cumplen en su totalidad su función de informar veraz,

¹⁴⁸ Sartori, *op. cit.*, p. 124.

¹⁴⁹ Para Carlos Castilla del Pino el término "incomunicación" tendría como significado aquella particularidad de un sistema social producto de las anomias, "El lenguaje al uso sirve entonces, pues, no para la cada vez más perfecta comunicación intergrupala o interpersonal, sino para el mantenimiento del *statu quo*, es decir, la perpetuación del <<entendimiento>> ya preexistente. La consecuencia de ello es el aislamiento —cualquiera sea el nivel a que ahora nos refiramos— y la desintegración. Una sociedad que habla sólo de aquello que se permite entender, que no hace esfuerzo por convertir ese entendimiento en más y mayor entendimiento, esto es, en la ulterior

responsable y suficientemente debido a los intereses particulares que rodean a la selección de la información que se presenta al público.

Autores como Serge Moscovici ven en la comunicación el ejemplo más plausible de una relación o comportamiento humano, afirma:

"La comunicación es el proceso social por excelencia. Cámbiese su forma y sus medios y al punto cambiará la naturaleza de los grupos y el ejercicio del poder, la historia nos lo enseña. Sería erróneo considerarla como un simple instrumento en manos de hombres que se lanzan a la conquista de las multitudes. En realidad les impone sus reglas, que están obligados de todo punto a respetar".¹⁵⁰

Moscovici bien lo apunta, la comunicación, y los medios de los que se vale, imponen reglas a aquellos que pretenden utilizarla. El avance tecnológico también es un elemento importante, el advenimiento de un nuevo medio responderá a las necesidades que los grupos de poder planteen, la opinión pública, más que condicionada por los medios, se encuentra condicionada por la comunicación que de ellos emana. Esto es, la comunicación, como proceso social que busca el cambio, es el principal elemento de la discusión dialéctica que da vida a la opinión pública, sin comunicación no hay discusión, y sin embargo, sin medios no hay comunicación.

Sin embargo, el flujo de información y los mecanismos de discusión de temas específicos deben ser regulados por instrumentos jurídicos que emanen de la propia sociedad, Habermas en el análisis que hace de Kant en su libro *Historia y crítica de la opinión pública*, interpretando al filósofo apuntaba, "en la filosofía del derecho, recibe una significación constitutiva esa 'coincidencia-de-todos-los-juicios-a-pesar-de-la-diferencia-

mutación, forzosamente comporta la desintegración de los elementos constitutivos de la misma", Carlos Castilla del Pino, *op. cit.*, p. 30.

¹⁵⁰ Serge Moscovici, *La era de las multitudes (un tratado histórico de sociología de las masas)*, México, Fondo de Cultura Económica, 1993, p. 231.

existente-entre-los-sujetos' garantizada por la publicidad¹⁵¹: las actividades políticas, esto es, las relacionadas con el derecho de los demás, tienen que poder estar de acuerdo con el derecho y la moral hasta el punto en que sus máximas sean capaces de publicidad hasta el punto que necesiten de ella".¹⁵²

La regulación de la opinión pública no es una cosa nueva, la institución gubernamental regida por intereses particulares ha hecho de la opinión pública un instrumento del Estado, cuando de principio, la opinión pública debería ser la que detenta el poder político de las decisiones. Y lo era. "Por lo demás, la evolución de los medios de comunicación es paralela a la evolución de la opinión... Durante mucho tiempo, la opinión ha desempeñado, pues, en el gobierno de la tribu, de la ciudadela, el papel del comentario, de esa voz colectiva del antiguo coro que puntúa con preguntas, con exclamaciones de horror o de compasión, de sorpresa o de indignación, las palabras y los actos de los protagonistas que ella subraya, sin que los coristas sean ellos mismos los actores".¹⁵³

Lo que realmente convierte a la sociedad en un ente capaz de influir en las decisiones políticas no es la participación como elemento pasivo de un supuesto proceso de comunicación (el llevado a cabo por los medios de comunicación que se establecen de manera unilateral), sino la capacidad de organización para que la propuesta producto de una discusión tenga peso en el ejercicio del poder. "La organización convierte las multitudes naturales en multitudes artificiales."¹⁵⁴

¹⁵¹ Se debe de entender el término 'publicidad' como la característica de un acontecimiento o hecho social que se hace público, esto es, una situación que es del conocimiento de todos. Publicidad se refiere a lo que puede verse, a esa capacidad de una información a volverse común de todas las personas que comparten un mismo esquema de organización. No debe entenderse como 'publicidad' al concepto acuñado por la mercadotecnia de la modernidad, como el mecanismo de promoción de un producto comercial de los medios de producción capitalista.

¹⁵² Jürgen Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, p. 141.

¹⁵³ Moscovici, *op. cit.*, p. 247.

¹⁵⁴ Acerca de estos conceptos consultar el capítulo "Multitudes naturales y multitudes artificiales", Moscovici, *op. cit.*, pp. 202-213.

La comunicación hace de ellas unos públicos¹⁵⁵. Apuntemos de inmediato las diferencias. La organización realza la inteligencia de los individuos sumidos en la masa. La comunicación la rebaja sumergiéndolos en las multitudes a domicilio”.¹⁵⁶

La organización necesariamente necesita de un conjunto de normas por las cuales la opinión pública pueda regular los mecanismo de la opinión pública, esto es, establecer un sistema de derecho que otorgue las mismas garantías de aplicación a todas las propuestas que han conseguido el consenso necesario para convertirse en decisiones políticas.

“La formalidad del derecho, la de la decisión política conforme a derecho, la de la opinión pública, hacen posible que el ‘público de privados’, desterrado lo doméstico y lo económico de toda significación y pertinencia política, conciba y exija una continuidad entre decisión y opinión y una continuidad entre la opinión particular y la general. El Estado libre, al constituirse con la forma racionalmente autoevidente de la libertad universal, descansa en un consenso general a la vez que lo hace posible”.¹⁵⁷

No se trata de encumbrar a la opinión pública como un elemento abstracto en el papel de ejercicio de poder, sino de poner a la opinión pública como un mecanismo de equilibrio entre el encargado de administrar el poder y la sociedad. “La opinión pública no puede dominar y ni siquiera sustituir al detentador del poder. No le puede prescribir el modo con el cual él debe ejercer el poder. Su relación con el ejercicio del poder no es una relación de causa y efecto, sino de estructura y proceso. Su función no consiste en lograr afirmar la voluntad –la voluntad popular, esa ficción del pensamiento causal elemental-- sino en el dar orden a las operaciones de selección”.¹⁵⁸

¹⁵⁵ En el sentido de ver a los grupos de personas como simples espectadores (públicos) y no como la acepción manejada de colectividad generalizada.

¹⁵⁶ Moscovici, *op. cit.*, pp. 243-244.

¹⁵⁷ Luis F. Aguilar Villanueva, “Una reconstrucción del concepto de opinión pública”, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, México, UNAM/Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, No 130, Octubre- Diciembre 1987, p. 107.

¹⁵⁸ Niklas Luhmann citado por Aguilar Villanueva, *op. cit.*, p. 115.

Regular la selección de la información que se transmite en un medio es lo que se necesita para lograr un modelo de opinión pública que responda a las características de pluralidad de la sociedad actual. Una regulación que se aplique por medio de la norma y una norma basado en la ética y el derecho a la información.

Derecho, que por demás, es absolutamente necesario en la construcción de la opinión pública que se requiere como equilibrio del poder y no sólo como colectividad expectante de las decisiones políticas. Una normatividad que responda a la necesidad de ajustar las demandas de carácter público a una eficiente administración del poder, basado en la ética y la responsabilidad y no en la conveniencia de los intereses particulares.¹⁵⁹

La libertad de expresión como libertad inalienable pero al mismo tiempo como herramienta indispensable del proceso de discusión precedente a la toma de decisiones. Si se plantea en algún momento a los medios como elementos de comunicación unilaterales, se hace en virtud de que éstos son manejados por personas particulares que sólo reflejan en los contenidos de sus mensajes su interés particular sin permitir la opinión y libre discusión de los problemas comunes entre todos los miembros de la sociedad.

El ocultamiento de la información y la negativa de acceso a ésta es un problema que incide directamente en la formación de la opinión pública al alterar elementos necesarios para la discusión, anteponer a los intereses comunes los intereses particulares atenta contra todos los derechos antes mencionados.

Se propone por tanto, la creación de una figura jurídica procedente de los derechos humanos, el *ombudsman*, que vigile los procesos por los cuales los medios llevan a cabo la selección de su información.

¹⁵⁹ Ver Anexo, www.imagen.com.mx. Código de Ética y principios que rigen para los noticiarios y programas de Imagen Informativa. Imagen Informativa es la división de noticias de Imagen Telecomunicaciones, que produce servicios informativos con los que Decálogo de Ética y principios de Grupo Imagen, 14 de noviembre de 2000.

El derecho a la información, como norma subjetiva de carácter público, requiere incluir la creación de un 'abogado' de la sociedad en materia de información, que se encargue de proteger los intereses comunes en una colectividad. Esta figura se denomina *Ombudsman de la Información*.

"El *Ombudsman* es la personalidad otorgada para atender cualquier queja de personas que se sintieran agraviadas por cualquier publicación. La presencia de este representante de los derechos humanos y de la participación política de las ONG's¹⁶⁰, fomenta una ética (parte de la filosofía que trata de moral y de las obligaciones del hombre; estudia la naturaleza del bien supremo y validez del deber ser) de la responsabilidad contenida en los valores de la libertad, la justicia social, la pluralidad, transparencia y derechos humanos (sistema y conjunto pleno de derechos)".¹⁶¹

La presencia de esta figura jurídica tendría a bien organizar y supervisar las implicaciones que se dan constantemente en las sociedades modernas que se encuentran en un proceso de democratización, proceso que no sólo incluye la pluralidad de diferentes ideas, sino que ha obligado a los medios a modificar sus políticas de presentación de información debido a la falta de credibilidad de la cual gozaban.

Pocos medios luchan libres de intereses particulares y junto a la lucha de la sociedad por obtener un espacio en donde se pueda discutir y tomar las decisiones correctas. La opinión pública, si de verdad quiere constituirse en un contrapeso a la fuerza del Estado y de los grupos de poder que dominan los medios, deberá de hacerlo por las vías institucionales y apelando a la democracia, lugar en donde, y por definición implícita, la sociedad tiene la última palabra.

¹⁶⁰ Organizaciones No Gubernamentales

¹⁶¹ Gregorio Ortega, "Reflexión para el *ombudsman* del lector", *El Nacional*, México, 7 de junio de 1992, p. 23.

2.5. Marco de referencia de la opinión pública internacional

Como es de esperarse, cada país cuenta con estructuras de comunicación diferentes, tan diversas como cada nación, ya que las estructuras son consecuencia de las necesidades y demandas políticas, económicas, culturales y sociales, así como de los planes, proyectos y programas gubernamentales de cada país.

Del anterior contexto, también el fenómeno de la opinión pública sufre adaptaciones y transformaciones producto del conjunto de relaciones sociales, del desarrollo de la tecnología y de los medios de comunicación masivos, así como de la comunicación que existe entre los ciudadanos y sus respectivos gobiernos, siendo este último aspecto un factor importante para que el percepciones, conductas y preferencias de los individuos formen opinión acerca del tiempo y espacio donde se desenvuelve.

Sin embargo han buscado canales de interlocución con el objeto de informar a la opinión pública sus actividades y establecer puentes de comunicación con la sociedad y los propios medios. A continuación, para contar con un marco de referencia, se enunciarán de manera general los esquemas de comunicación de algunos países de América Latina¹⁶² y Estados Unidos, y sus relaciones con la opinión pública.

En América Latina las pautas de comunicación se han desarrollado como consecuencia del éxito o fracaso de la difusión y promoción de las actividades gubernamentales, basadas éstas, principalmente, en los medios propiedad del Estado, mediante los cuales se difunden las políticas y acciones por realizar de los gobiernos.

¹⁶² Para mayor información véase: Elizabeth Fox (et. al.), *Medios de comunicación y política en América Latina*, México, Gustavo Gili, 1989.

Los medios de comunicación latinoamericanos, con excepción de Cuba, están en su mayoría bajo control privado. Cabe destacar que en Colombia, Chile, Argentina y Perú la televisión fue impulsada por el gobierno durante regímenes militares.

El sistema de comunicación chileno sentó sus bases durante la etapa militar; actualmente, los sistemas de radiodifusión y televisión transitan hacia la modernización, lo cual es aprovechado por el gobierno para difundir en ellos sus acciones. Los medios de comunicación estatales, específicamente en los países referidos, presentan programaciones variadas para opiniones de públicos que buscan información especializada y seleccionada, lo que ha propiciado una eficaz relación gobierno-medios-sociedad, en donde el primero difunde sus acciones impulsando así la cultura democrática informativa.

Como consecuencia del régimen militar en Argentina, el posterior ingreso del gobierno civil a la Presidencia de la República y las tendencias liberales en todos los ámbitos de la esfera pública y gubernamental, incluyendo a la comunicación, los espacios de discusión pública se pluralizaron, abriéndose a la opinión pública, lo que ha permitido contar con un sistema de comunicación desarrollado en el ámbito de la prensa escrita (revistas, periódicos y suplementos).

Asimismo, el recurso del sondeo es utilizado constantemente por las áreas de información públicas y privadas, con la finalidad de conocer el sentir de la opinión pública y recoger sus necesidades.

Los sondeos no son instrumentos de demo-poder -un instrumento que revela la vox populi- sino sobre todo una expresión del poder de los medios de comunicación sobre el pueblo; y su influencia bloquea frecuentemente decisiones útiles y necesarias, o bien lleva a tomar decisiones equivocadas sostenidas por simples "rumores", por opiniones débiles, deformadas, manipuladas, e incluso desinformadas. En definitiva, por opiniones ciegas.¹⁶³

¹⁶³ Sartori, Giovanni, *Homo videns, La sociedad teledirigida*, Taurus, México, septiembre de 2000, p. 76.

En Brasil, el estado controla Radio Bras, TV Nacional y la industria cinematográfica (que posiblemente se privatice en 1999), pertenecientes a la Dirección de Comunicación Social, dependiente de la Presidencia de la República. La comunicación ejercida por el gobierno manifiesta una relación directa con la opinión pública y medios en general, mediante la Dirección de Comunicación Social que se encarga, en ocasiones mediante un vocero, de difundir las acciones del gobierno.

En los Estados Unidos de Norteamérica la actividad de la comunicación del gobierno gira en torno al vocero presidencial; esta figura es de uso común no sólo en el ámbito federal sino en la esfera estatal, así como en todas las dependencias y entidades del gobierno.

El vocero presidencial es el encargado de comunicar a los medios de comunicación los asuntos cotidianos de la unidad o despacho administrativo del que depende, y deja al titular sólo mensajes especiales; regularmente habla a los medios con una agenda propia seleccionada e informa líneas de contenido para evitar especulaciones. Este esquema busca que la información fluya en un sentido único hacia la sociedad a través de los medios de comunicación.

Los estudios acerca de la opinión pública abarcan por lo general a toda la gama de posibilidades sociales que se presenten, esto es, lo mismo vale para la idiosincrasia occidental que para los países del desaparecido bloque socialista. El proceso de globalización ha acelerado ese interés por las reacciones públicas acerca de informaciones provenientes de los medios. En el caso de países incluidos en la economía mundial del libre mercado, las corporaciones dueñas de los medios establecen pactos con las figuras políticas prominentes a cambio de una promoción constante en los medios y de una manipulación alevosa de la información de interés público, garantizando así su permanencia en el sistema social.

Por su parte en los lugares en que el Estado es dueño de los medios de comunicación, la relación es aún más evidente, los integrantes de la sociedad no contarán, a menos que

existan canales alternativos, con los elementos necesarios para tratar de construir una opinión pública que pese sobre las decisiones de carácter político.

Los países de América Latina, los Estados Unidos de Norteamérica, las democracias europeas, los regimenes militares asiáticos y africanos, nuestro país; todos ellos se encuentran dentro de la dinámica que el poder establece para, por medio de la información, mantener a la opinión pública como un elemento legitimador, sabiamente conducido por la información que los medios tienen a bien otorgarle.

CAPITULO III

EL ESTADO, LA OPINIÓN PÚBLICA Y LA INFORMACIÓN EN MÉXICO (REPASO HISTÓRICO)

El ignorante ya no es libre.

Hegel

3.1. El Estado y la información

La comunicación es una actividad social que ha adquirido trascendencia en el plano político, ya que fortalece la interrelación entre el Estado, la sociedad y los medios de comunicación a través de mensajes y significados emanados de corrientes de pensamiento diversas. La comunicación es un elemento participativo dentro del proceso político de transición a la democracia en México, en el momento en que se asume como el vehículo por el cual la opinión pública hace suyas las demandas de interés social.

Con el desarrollo de los medios de comunicación de masas y el *boom* de la cibernética e informática, el espacio público extiende sus dimensiones de participación, diálogo y crítica constructiva por la nueva forma de la opinión pública, que en el caso de México¹⁶⁴, alcanzó niveles de activación importante por la crisis económica, política y social prevalecte.

Es aquí donde el Estado comienza a replantear su función rectora en ámbitos estratégicos como en la economía y la comunicación. Esto es, que el Estado comienza a privilegiar su atención hacia sectores del ejercicio público que tiene que ver con la imagen que la sociedad tiene de éste.

¹⁶⁴ "Una nueva forma de opinión pública en México", comprende los mecanismos por los cuales la colectividad puede expresar sus puntos de vista respecto de determinadas decisiones políticas, mecanismos que en forma directa competen a los medios de comunicación.

Como no existe una especificación concreta de rectoría estatal en materia de la comunicación, en tanto hasta el inicio de la revolución microelectrónica se reconoció la trascendencia del conocimiento ligado a la información, se intentará analizar en algunos aspectos el Plan Global de Desarrollo 1980-82, haciendo una analogía para establecer el significado de una "rectoría" del Estado y aplicarla a la comunicación y sus medios.

Tenemos entonces que en el inciso 2, subdivisión 2.9, el Plan define la Rectoría del Estado en materia económica de la siguiente manera:

"Los derechos de la Nación para imponer a la propiedad privada las modalidades que dicte el interés público, regular en beneficio social el aprovechamiento de los recursos naturales susceptibles de apropiación, hacer una equitativa distribución de la riqueza pública, cuidar de su conservación, lograr el desarrollo equilibrado del país y el mejoramiento de las condiciones de vida de la población rural y urbana, confieren al Estado una responsabilidad explícita de rectoría económica de la Nación, como guía del esfuerzo de la comunidad.

"Como es evidente esta función centralista se encuentra en diversos mandatos que limitan y condicionan actividades y derechos al interés público, al interés social, y al mantenimiento del equilibrio de los intereses particulares.

"Estos lineamientos, aunados a la prestación de los servicios y explotación de recursos estratégicos, que se encuentran reservados expresamente al Estado, así como el manejo de los bienes propiedad nacional, fundamentan la participación del Estado en la economía y la existencia de un activo sector público capacitado para conducir las actividades nacionales en el marco de los derechos y deberes que impone nuestro Proyecto Nacional".¹⁶⁵

Si se adaptan a la actual coyuntura algunas palabras específicas de la definición de Estado al plano de la comunicación política¹⁶⁶ podemos obtener datos interesantes que permiten interpretar la función estatal en materia de la comunicación.

¹⁶⁵ Secretaría de Programación y Presupuesto, *Plan Global de Desarrollo 1980-1982*, México, 1980.

¹⁶⁶ La comunicación social remite a grupos de individuos o personas que a título personal expresan diversos juicios en torno a temas de interés social, esto es, una interacción comunicativa alrededor de temas de interés común, esta forma de "comunicación social" cambia a "comunicación política" en el momento en que la opinión se institucionaliza y las opiniones vertidas son a título de un grupo identificable como institución que trata, por sus medios, de influir en las decisiones políticas.

El papel del Estado dentro del contexto de *nuestro sistema de información*, es participar en la normatividad en este rubro e intervenir directamente en la actividad informativa para evitar prácticas monopólicas. Con base en un régimen jurídico prevaleciente, al Estado se le atribuyen facultades que lo definen como promotor del desarrollo del país, estableciendo normas del sistema social que delimitan los derechos individuales, los derechos sociales y las facultades del poder público.

Bajo el panorama actual donde las fronteras son ilimitadas y difícilmente controladas por los veloces avances tecnológicos, el Estado reconoce la importancia de la comunicación, ya que el hombre común depende de la información y de los análisis que le suministran los medios masivos "para tomar juicios y decidir opciones políticas".¹⁶⁷

Para el Estado los medios de comunicación desempeñan una función importante porque permite interrelacionar a gobernantes y gobernados. Las evidencias de esto se encuentran en las facilidades que el Estado otorga a los medios de comunicación, incluyendo subsidios, permisos y concesiones, para que puedan seguir funcionando como tales con la condición de que las acciones que lleven a cabo se encuentren dentro de los planes de difusión de las acciones que el Estado emprende, imponiéndoles tanto la forma como el contenido de la información.

Si bien es cierto que estas nuevas relaciones Estado-medios de comunicación no inician en estos periodos de gobierno (podríamos mencionar por ejemplo la coerción que el Estado ejerció sobre la prensa desde mediados del siglo XX por medio de la paraestatal PIPSA que surtía de papel a los medios impresos), sí es notable que la diferencia entre

Podemos decir que "la comunicación política es aquella que permite agudizar la competencia entre el gobierno y la oposición, y en proyectos destinados a atraer el electorado a favor o en contra del gobierno o de la oposición. Cualquier comunicación puede ser entendida como política si es procesable o se origina en este código", Molina y Vedia, Silvia, "Conceptos básicos para el estudio de la credibilidad política según la teoría de los sistemas autorreferentes y autopoiéticos de Niklas Luhmann", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Octubre-Diciembre de 1995, pp.23 a 41.

¹⁶⁷ Shanto Iyengar y Donald R. Kinder, *La televisión y la opinión pública: la información es poder*, Gernika, 1993, p. 15.

medios oficiales y privados se ve de manera más clara. La posesión privada de los medios no garantiza un manejo adecuado de la información en tanto el Estado habilita mecanismos con el fin de hacerse del control de la información manejada por empresas privadas de comunicación como veremos más adelante.

La propiedad privada de la prensa ha sido una preocupación constante del Estado porque su función se encuentra en cierto modo opuesta a la naturaleza coercitiva, autoritaria y centralizadora del Estado. Este cuarto poder hoy sufre una apertura en la exposición de opiniones políticas, porque su función pública ha sido rebasada por intereses particulares de grupos determinados, y es aquí donde el Estado, apoyándose en la ley, busca lograr un desarrollo equilibrado y una distribución equitativa entre los intereses privados, interviniendo directamente para evitar prácticas monopólicas, en tanto se oponen al interés social.

Para comprender la política se necesita escudriñar en la historia y por ello se expone un esbozo cronológico de las relaciones Estado-opinión pública-medios de comunicación.

Tenemos entonces que en 1915 se formó la oficina de Publicidad y Prensa de la Revolución, adscrita a la Presidencia de la República, con la cual la comunicación es utilizada por el Estado para difundir en la esfera pública, sus acciones y obras de gobierno.

En 1921 se realizó la primera transmisión oficial desde el palacio legislativo, y en 1924 la Secretaría de Educación Pública se constituyó como la dependencia del gobierno pionera en emitir a través de la radio, programas de educación y cultura.

En 1929 se fundó el diario *El Nacional* (extinto a finales de 1998 para editar el *Diario Oficial de la Federación*), con el cual el gobierno instaura su primer medio de comunicación impreso. Es importante destacar que este periódico significó ante la opinión pública un canal importante donde el gobierno daba a conocer las políticas públicas por seguir, sin embargo con el tiempo, el hecho de que fuera un espacio representativo del gobierno, sus columnas, articulistas y editoriales dejaron de ser del gusto colectivo, debido a que se pensó que la información era tendenciosa y representativa del partido en el poder.

Son muchos los acontecimientos que intervinieron para que la opinión pública en México tomara formas diferentes cada vez. De la transformación de esta opinión pública podemos mencionar etapas que constituyeron importantes innovaciones de la relación entre el Estado y la opinión pública.

A finales de los años veinte y principios de los treinta, dentro de la estructura de la Secretaría de Gobernación aparece la Dirección General de Información, cuya función primordial fue coordinar la información gubernamental emanada de las secretarías de Estado y los departamentos administrativos.

En 1935 se crearon dos instancias gubernamentales importantes, que desde esa fecha tendrían un papel determinante en la formación de la opinión pública y desarrollo de la comunicación: la Productora e Importadora de Papel, S. A. (PIPSA), cuyo objetivo fue evitar el monopolio de papel y abastecer de materia prima a empresas editoras del país; y el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad, dependiente de la Presidencia de la República, para concentrar la información generada en distintas dependencias gubernamentales.

Durante la etapa de la institucionalización de la Revolución podemos mencionar el surgimiento de las Oficinas de Comunicación Social con Manuel Avila Camacho, se desarrollaron con Lázaro Cárdenas (1936-1940) y aumentaron en el sexenio de Miguel Alemán (1946-1952). El proyecto de Miguel Alemán fue que la prensa (diario *El Universal*) fuera una empresa que estuviera vinculada a los centros de decisión del país, y que el periodismo fuera una empresa al servicio del anunciante. "Esta costumbre de adquirir periódicos en auge o fundar los propios para obtener un apoyo adicional, es decir, no negociado, es seguida por varios presidentes".¹⁶⁸

Al inicio de la década de los cincuenta se lograron conjuntar intereses particulares y públicos, debido a que el Estado facilitó el otorgamiento de las concesiones para radio y televisión, lo cual tuvo como resultado un auge y crecimiento de esos medios en manos de particulares, surgiendo así la empresa Telesistema Mexicano, antecedente de lo que hoy es Televisa.

¹⁶⁸ Fátima Fernández Christlieb, *Los medios de difusión masiva en México*, p. 22.

Este desarrollo de los medios masivos de comunicación provocó que, a petición de periodistas y con pleno reconocimiento a la labor de los medios de comunicación, se estableciera el día de la libertad de prensa. Adicionalmente, comenzó a desarrollarse la televisión comercial mediante la incursión de patrocinadores que anunciaban sus productos.

A finales de los cincuenta y principios de los sesenta comenzó una nueva etapa de la comunicación alentada por el desarrollo de la televisión. El Presidente Adolfo López Mateos dio a conocer el 8 de enero de 1960 la Ley Federal de Radio y Televisión, vigente hasta nuestros días, que regula las concesiones, permisos, instalaciones de emisoras, tarifas, escuelas de radiodifusión e inspección y vigilancia. Esta ley se concibió para impulsar el desarrollo del país a través del otorgamiento de concesiones a la iniciativa privada.

En 1959 se fundó la televisora de servicio público más antigua de América Latina, Canal 11, del Instituto Politécnico Nacional con la finalidad de difundir las actividades de investigación académica y estudiantil.

Coincidiendo con el gobierno de López Mateos, el 26 de junio de 1962 el C. Enrique Ramírez y Ramírez funda el periódico *El Día*. En 1964, Gustavo Díaz Ordaz tomaba posesión de la Presidencia de la República; surge *El Heraldo de México* el 9 de noviembre de 1965, cuyo fundador fue Gabriel Alarcón Chargoy, gracias a un grupo de fuertes empresarios poblanos que lo utilizaron para influir en el ánimo de una opinión pública acotada y sin capacidad de percibir lo que iba a significar ese sexenio para el sector estudiantil del país que demandó diálogo público.

Díaz Ordaz reconoció la importancia de los *mass media* en la vida socio-política del país, cuando, por ejemplo, se distrajo a la población de la matanza estudiantil del 2 de octubre de 1968 con la realización de los *Juegos Olímpicos México 1968*¹⁶⁹.

¹⁶⁹ No se dice que la realización de los Juegos Olímpicos de 1968 fueron realizados exclusivamente para este fin, se dice que en la coincidencia de los dos hechos, el manejo que los medios hicieron de la realización de la justa olímpica superó y opacó de manera creciente la información relativa al movimiento estudiantil.

En el periodo de 1970-76 se creó la Subsecretaría de Información en la Secretaría de la Presidencia para tener un espacio para producir, transmitir y difundir información de acciones de dependencias, organismos y entidades del gobierno. En 1972 el Estado adquirió Canal 13 y fundó la Televisión Rural mexicana, dando inicio al modelo de comunicación educativo-cultural enfocado a zonas rurales del país. De importancia fundamental para el Estado resultó la influencia ejercida por Echeverría Álvarez (1970-1976) de la prensa con el fin de legitimarse como sucesor de Díaz Ordaz a través del periódico *Excélsior*.

Durante este periodo, especialmente en la década de los sesenta quedaron al descubierto las acciones de éstos dos mandatarios (Díaz Ordaz y Echeverría), que pretendían calmar las actividades de los periódicos y revistas críticas del régimen por medio de mecanismos de represión a la libertad de expresión y que atañían al derecho a la información.

El caso más evidente fue *Excélsior* en 1976, cuando Luis Echeverría impuso al frente del diario a Regino Díaz Redondo, a pesar de que al tomar protesta como Presidente de la República prometió que no haría "...nada que atente contra la unidad nacional, ni permitiré que se lesione el régimen de las libertades que la Constitución consagra".¹⁷⁰

En 1976, Scherer dejó la dirección del periódico luego de una grave escisión en la cooperativa originada por una intromisión del sector oficial, al que el diario había continuado zaheriendo. A partir de esa época, *Excélsior* fue dirigido hasta noviembre de 2000, por Regino Díaz Redondo. De este diario surgen dos grupos: Proceso, de Julio Scherer y sus seguidores, y el periódico Uno Más Uno el 14 de noviembre de 1977, de Manuel Becerra Acosta hijo, y los suyos.¹⁷¹

En el periodo de 1976 a 1982 se trató de consolidar la tarea de comunicación del Estado con el nacimiento de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, dependiente de la Secretaría de Gobernación para dar a conocer, a través de esos medios, las acciones gubernamentales, así como la cultura y las tradiciones del país.

¹⁷⁰ Gustavo Casasola Zapata, *Historia Gráfica de la Revolución Mexicana*, Tomo X, México, Trillas, 1992, p. 3708.

¹⁷¹ Reed Torres, Luis; Ruiz Castañeda, María del Carmen, *El periodismo en México: 500 años de historia*, Editorial EDAMEX, México, 1995, p. 358

En 1977 el Ejecutivo Federal envió una nueva iniciativa al Congreso de la Unión que modificaba artículos constitucionales en el contexto de una reforma política. Entre ellos destaca la adición al artículo 6° de la Constitución Política, por lo que se estableció que el derecho a la información sería garantizado por el Estado; sin embargo, la reforma política fue más allá, puesto que la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, además de otorgar el uso permanente a los partidos políticos de los medios masivos de comunicación, elevó a rango de ley el Acuerdo Presidencial de 1969 con la propuesta de pagar impuestos con tiempo de transmisión.

Aunado a lo anterior, siguieron los intentos de José López Portillo (1976-1982) y Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988) de tener una injerencia directa en los medios; en el caso del primero, el intento por reglamentar a los medios de comunicación y el añadido al artículo 6° Constitucional del "derecho a la información"; y en el caso de Miguel de la Madrid, vino la renovación moral, que intentó delinear y encabezar a través del Estado la moral pública sin imaginarse la reacción sorprendente de un electorado que entendió la renovación como un signo alentador de la nueva política del partido haciéndose notar por medio del sufragio y permitiéndole alcanzar una "legitimación personal por encima de su propio partido".¹⁷²

En el periodo de 1988-94 se concentra el manejo de la comunicación gubernamental y se trazan sus directrices, fundamentalmente visible en la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República; además, la función gubernamental de promoción y difusión de la cultura, se desarrolla en el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, dependiente de la SEP. También se funda el Canal 22, se privatizan los canales 7 y 13, estaciones de radio y productoras y exhibidoras cinematográficas para la difusión del quehacer presidencial. Asimismo, se privatizó el consorcio televisivo estatal *Imevisión* y la puesta en marcha de satélites Morelos y Solidaridad.

Sigue en este modelo, la globalización de los medios por parte de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), quien enfrentó el problema de mejorar la percepción de los mexicanos en torno a su cargo como Primer Mandatario utilizando a la industria dedicada a la realización de sondeos y encuestas así como a la prensa en general para legitimarse

¹⁷² Gabriel Zaid, *Adiós al PRI*, México, Océano, 1995, p. 53.

en nivel nacional e internacional, para de esta manera consolidar su sello y proyecto denominado "Solidaridad".

De los años 1994-98, específicamente en 1996, los partidos políticos y el Presidente de la República suscribieron acuerdos para llevar a cabo reformas constitucionales y legales para, entre otros, establecer el acceso equitativo de partidos políticos a los medios de comunicación.

Finalmente, el proceso de modernización que se registra en el rubro comunicativo con Ernesto Zedillo Ponce de León (1994-2000), quien da continuidad al proyecto privatizador y a la expansión del compromiso político adquirido para el 2000, pretendiendo salvar el escollo democrático del salinato manchado por la cuestión del fraude electoral, y es que, a pesar de que Zedillo Ponce de León cuenta con legitimidad ante la opinión pública le hace falta un consenso más sólido porque su imagen pública como gobernante le ha dado otro matiz diferente al omnipresente a la figura presidencial.

Testigo de este devenir histórico, la opinión pública en México mantiene distancia, sin embargo con la fuerza adquirida por la sociedad civil y los reacomodos del sistema social y político, la esfera pública recupera su capacidad de deliberación, debate y consenso acerca de temáticas políticas que más tarde trascienden en las acciones y decisiones gubernamentales.

3.2. La opinión pública frente a la rigidez estatal, los rasgos del porfiriato

La prensa en algunas ocasiones ha constituido un instrumento legitimador dentro del sistema político mexicano, no sólo por la participación del aparato burocrático, sino por los mecanismos de control que el Estado utiliza para alcanzar su objetivo. La prensa es un poder que enfrenta al Estado en tanto lo cuestiona.

La prensa popular y de izquierda en México tiene una larga tradición. Su aparición siempre precede o es simultánea a la efervescencia de los movimientos políticos. Quizá su antecedente más lejano se encuentre en los periódicos políticos de la primera etapa de la guerra de Independencia, cuando Miguel Hidalgo fundó "El Despertador Americano" ("correo político y económico de Guadalajara") y otras publicaciones.¹⁷³

Destacan dos hechos que ejemplifican la situación de la prensa de la primera etapa del siglo XIX. En 1823, Agustín de Iturbide cerró el diario *El Hombre Libre* quien opinó en favor de la República, a pesar de que la Constitución de Apatzingán garantizaba la libertad de manifestar todo tipo de expresiones. Asimismo, una vez promulgada la Constitución de 1857, cuyo artículo séptimo define como inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia, fue clausurado el periódico *Siglo XIX* principal tribuna de Francisco Zarco.

En México durante el siglo XIX "la expresión periodística con identidad nacional es casi nula".¹⁷⁴ "Seis años después de que el presidente Comonfort inauguró en la ciudad de México el Soberano Congreso Constituyente, Ferdinand Lassalle defendió, ante una agrupación ciudadana de Berlín, las tesis que contienen la explicación de la esencia de toda constitución, aplicable en consecuencia a las mexicanas de 1857 y 1917. Sostenemos con Lassalle, y es nuestra intención demostrarlo en este estudio a través de la legislación en materia de imprenta, que es necesario diferenciar la constitución real de la constitución escrita u hoja de papel, para comprender en su dimensión global el

¹⁷³ Trejo Dalarbre, Raúl, *La prensa marginal*, Editorial El Caballito, México, 1975, p. 61.

¹⁷⁴ Fernández Christlieb, Fátima, *Los medios de difusión masiva en México*, Ed. Juan Pablos, México, 1992, p.14.

desarrollo de cualquier fenómeno vinculado con la problemática constitucional, en este caso el de la libertad de imprenta".¹⁷⁵

Bajo la influencia de las ideas de la Revolución Francesa y alejado de los liberales moderados, Venustiano Carranza expidió la Ley de Imprenta en abril de 1917 donde formuló una serie de restricciones en los artículos 6° y 7°, que marcaron la línea editorial de la época. Se refería a "los ataques contra el orden público. Limitaciones que posiblemente previnieron la defensa de su gobierno contra futuras críticas escritas ya sea por parte de los zapatistas o por el mismo grupo sonorenses".¹⁷⁶

Podemos decir que durante el régimen de Porfirio Díaz, la opinión pública en la prensa escrita es casi del todo inexistente, en tanto no existen espacios que sean reconocidos como de influencia importante, los medios de comunicación, cuando no eran reprimidos brutalmente, estaban al servicio del régimen representado por el dictador de manera incondicional. Sin embargo comenzó a generarse en las plazuelas públicas el debate y discusión de asuntos colectivos, es decir, a sentar las bases de la política deliberativa.

Porfirio Díaz convivió con una opinión pública débil y moldeada a conveniencia por la prensa oficialista¹⁷⁷ que prevaleció como un mecanismo del gobierno que legitimó y defendió los intereses del grupo en el poder aminorando las críticas de la oposición y de la sociedad, para mantener el control del Estado¹⁷⁸. Como se ha dado en todas las épocas desde el surgimiento de los medios de comunicación, y sin ser el porfiriato la excepción, el general oaxaqueño institucionalizó el ejercicio informativo, ya que la opinión pública

¹⁷⁵ Fernández Christlieb, Fátima, *Los medios de difusión masiva en México*, Ed. Juan Pablos, México, 1992, p.14.

¹⁷⁶ Ibidem, Fernández Christlieb, Fátima, p.15.

¹⁷⁷ Prensa oficialista es la que se refiere fundamentalmente a impresores y editores potenciales y no a los reales. Es decir, existe una preocupación central por el posible surgimiento de nuevos órganos periodísticos y una preocupación accidental o secundaria por lo que puedan publicar los diarios que cuentan ya con todo tipo de autorizaciones oficiales. ¹⁷⁷ Fernández Christlieb, Fátima, *Los medios de difusión masiva en México*, Ed. Juan Pablos, México, 1992, p.24.

¹⁷⁸ "Durante la dictadura de Porfirio Díaz no sólo se cerraron periódicos de considerable relevancia como el *Demócrata*, sino que se encarceló a redactores de periódicos tan importantes como *El Porvenir* y *El Renacimiento*. El 'delito' de estos periodistas -Arriaga, Sarabia y Rivera- fue haber sido precursores intelectuales de la Revolución Mexicana", Fernández, *op. cit.*, p. 17.

comenzaba a demandar espacios de participación política; para ello impulsó la creación de su canal comunicativo denominado *El Imparcial*, medio que fungió como órgano oficial del su gobierno favoreciendo a su imagen y aminorando la efervescencia política de la sociedad, la cual se daba cuenta de la ausencia de consensos entre los miembros de su gabinete, como, por ejemplo, sus desaveniencias con Bernardo Reyes.

Los hermanos Jesús y Ricardo Flores Magón se convirtieron ante la opinión pública con la esperanza del cambio, por lo que el diario *Regeneración*, editado por ambos desde el exilio en la Ciudad de San Luis Missouri¹⁷⁹, influyó sobre todo en la percepción de los obreros y campesinos, quienes se tomaron más demandantes y críticos de las acciones de gobierno. *Regeneración* se convirtió en un medio que estremeció y despertó en la opinión pública ilustrada una mayor crítica al régimen. Sin embargo, el régimen no se encontraba en total disposición de ceder el dominio de la opinión pública o tolerar manifestaciones en su contra.

Un hecho que estremeció y atemorizó a la opinión pública fue el acontecido en enero de 1907 en el centro textil de Río Blanco cuando se enfrentaron obreros con las fuerzas federales a cargo del General Rosalío Martínez sin que la prensa tuviera demasiada preocupación por dar a conocer los hechos de manera objetiva, pues si se atrevían a hacerlo corrían el riesgo de terminar muertos, en prisión o en el mejor de los casos, de perder los privilegios de que, como promotores del régimen, disfrutaban.

Díaz enfrentó a una prensa que utilizó el recurso de la denuncia pública, tal fue el caso del libro de John Kenneth Turner, *México Bárbaro*, publicación de gran impacto ante la opinión pública nacional e internacional que calificaba la actitud de Díaz como envejecimiento de su régimen político e incluso de él mismo.

La entrevista del periodista estadounidense James Creelman con Porfirio Díaz en el Castillo de Chapultepec en febrero de 1908 en la cual informa su decisión de dejar el

¹⁷⁹ Como una forma de apoyo al Partido Liberal Mexicano fundado el 5 de febrero de 1901 y constituido en el partido de oposición al régimen porfirista, varios periodistas independientes hicieron aparecer diversas publicaciones periódicas, entre otras: *El Hijo del Ahuizote*, dirigido por Juan Sarabia; *Excelsior*, por Santiago de la Hoz, *El diario del hogar*, de Don Filomeno Mata, *Juan Pандero* y *Redención*.

poder y muestra optimismo de la presencia de un partido de oposición, hace aparecer a esta entrevista como un síntoma de que una etapa democratizadora y renovadora políticamente se acercaba, sensación que fue aprovechada por Francisco I. Madero y por ende por la prensa de oposición ávida de libertad, dando origen a un "público maduro que presiona al soberano para que abdique".¹⁸⁰

El 26 de mayo de 1911 una opinión pública vapuleada por una profunda crisis generalizada en el país, presenció el fenecimiento de la dictadura de Porfirio Díaz, quien a través del ferrocarril se dirigió a Veracruz con el objetivo de marcharse a Europa. El espacio público de inmediato fue ocupado por líderes de opinión como Madero y Victoriano Huerta, entre otros más, que de inmediato convocaron a la opinión pública del país a hacer valer las palabras de Díaz.

En 1911, la llamada Red de Radio Nacional (RRN) contaba con nueve estaciones que aseguraban al país la comunicación con otras naciones del continente. Ese mismo año fueron instaladas varias plantas nuevas. Entre otros puntos, en Veracruz (Veracruz) y en Ciudad del Carmen (Campeche).¹⁸¹

En resumen, con Porfirio Díaz la institucionalización del oficio de informar permitió que esta labor pasara de ser una garantía individual a ser un derecho, el de la libertad de imprenta, pero que por medio de instrumentos de represión de las libertades políticas, incluida la libertad de prensa, eran utilizados para calmar la pasión política de la sociedad y ocultar la caducidad de su gobierno.

Con el asesinato de Madero y el vicepresidente José María Pino Suárez, Victoriano Huerta enfrentó las críticas de una opinión pública ofendida por este hecho y las acusaciones, que pasaron sin ninguna consecuencia visible, provenientes de los diarios *La Voz de Juárez*, *La Nación* y *El Sol*, todos ellos en representación de una prensa independiente.

¹⁸⁰ Zaid, *op. cit.*, p. 66.

¹⁸¹ Gálvez Cancino, Felipe, *Los felices del alba*. (La primera década de la radiodifusión mexicana), Tesis de Licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva. FCPyS, UNAM, México, 1975, p. 24.

Venustiano Carranza se apoyó en *El Constitucionalista* y en *El Pueblo*, diarios encargados en efectuar proselitismo en su favor, logrando con ello el apoyo de una incipiente (aunque escasa) opinión pública que veía en él la esperanza del orden público y la seguridad social, temáticas prioritarias que aquejaban a la sociedad.

Podemos decir que la opinión pública en este periodo pasa por diversas etapas, de inicio se encuentra totalmente subyugada al poder público del Estado por medio de la represión y la amenaza de muerte durante el periodo de Díaz, la primera etapa de la lucha revolucionaria comienza a dibujar la existencia de una opinión pública diversificada en las diferentes propuestas que los caudillos participantes de la revuelta social proponían, sin embargo, la llegada de Victoriano Huerta al poder inicia una regresión hacia el modelo porfirista de gobierno en cuanto a la actitud rígida y represora hacia los medios de comunicación.

En 1921 inició sus transmisiones con programas bien integrados, la radiodifusión nacional experimental. En 1922 el diario *Excélsior* informó:

"2 Estaciones de Telefonía inalámbrica fueron inauguradas en la Exposición Internacional establecida en el Gran palacio Legislativo. Todas las pruebas fueron satisfactorias...las primeras estaciones están en los edificios del Palacio Legislativo y la estación Radiotelefónica del Bosque de Chapultepec, por la Dirección General de Telégrafos, obteniéndose con materiales de elaboración exclusivamente nacional, la más perfecta comunicación".¹⁸²

Con Álvaro Obregón, la opinión pública no sólo enfrentó la legislación de las libertades políticas (libertad de expresión y de imprenta), sino además creó mecanismos mediante los cuales pudiese sostener sus juicios y opiniones, ya que la incursión de un modelo informativo estadounidense al servicio del anunciante y de los intereses extranjeros, influyó de manera determinante en la concepción y el manejo que se hacía de la información de carácter oficial. Bajo su mandato la opinión pública se opacó careciendo

¹⁸² Gálvez Cancino, Felipe, *Los felices del alba*. (La primera década de la radiodifusión mexicana), Tesis de Licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva. FCPyS, UNAM, México, 1975, p. 223 y 224.

de presencia política, a pesar de que en el ambiente político se percibía la ausencia de un proyecto de nación.

El 17 de julio de 1928 Alvaro Obregón, presidente electo, muere abatido por un fanático llamado José de León Toral. Los hechos sucedieron en el restorán La Bombilla, en San Angel.

Surge la figura de Carranza como la del hombre que parece traer paz y orden para la sociedad mexicana, sin embargo, la imagen que maneja el convocante del Congreso Constituyente del 17 es una imagen fabricada a partir del control ejercido sobre los medios de comunicación que se encontraban a su servicio.

La etapa obregonista encuentra un avance importante en la construcción de una opinión pública moderna y este es que las necesidades de información se transforman en derechos jurídicos totalmente reglamentados. Es aquí donde la participación privada de la información, y el interés particular de sus dueños, inician una nueva forma de hacer periodismo, pero careciendo del nivel de discusión necesario que provocara una verdadera presencia política de la opinión pública en la toma de decisiones.

3.3. La construcción de la opinión pública y su escenario

La etapa posrevolucionaria inmediata, caracterizada por la presidencia de Plutarco Elías Calles y el periodo inmediato conocido históricamente como el 'maximato', inaugura una nueva forma de opinar acerca de los hechos que se daban en el país, se vislumbra una apertura hacia los medios de información por parte del Estado y la sociedad empieza a concientizarse como agente participante en el sistema político de un México en busca de orden social y de una reconstrucción de la esfera pública y de las instituciones.

En esto no se puede dejar de mencionar el papel determinante que jugó la incursión de la prensa privada, patrocinada por la industria o los servicios de particulares, en la creación de un nuevo modelo de periodismo nacional. Los condicionantes que se presentarían después no tendrían que ver con la posición de determinado medio ante las acciones del gobierno, sino con la posición de los dueños o los patrocinadores para con las acciones del gobierno.

Plutarco Elías Calles retoma las prácticas de la prensa partidista del siglo XIX, la cual se caracteriza por defender la ideología de un grupo político en aras de alcanzar el poder y la organización del Estado. La coyuntura se constituyó con la creación del Partido Nacional Revolucionario y por una crisis entre la Iglesia católica y el gobierno, lo cual llevó a un ambiente de censura y represión que también repercutió en las relaciones Estado-prensa.

El único medio que sirvió como vocero del gobierno fue *El Nacional*, fundado en 1929 y dependiente de la Secretaría de Gobernación, que se caracterizó por ser dócil y carente de crítica. Cabe mencionar que este periódico fungió como órgano del gobierno mexicano desde 1938 hasta su cierre el 30 de septiembre de 1998.

El ámbito de la opinión pública de nuevo fue acotado porque el gobierno institucionalizó temas que no alteraban el orden público, y que por el contrario justificaban las acciones estatales asumidas; sin embargo la opinión pública ya comenzaba a tener conciencia y formar opiniones críticas hacia el Estado, a pesar de que éste no permitió el examen

público de la sociedad porque las relaciones entre el gobierno y el sector católico eran delicadas.¹⁸³

La centralización de la información fue la política de Plutarco Elías Calles, lo que le permitió neutralizar las fuertes opiniones contrarias que ponían en riesgo la estabilidad política, esto lo logró a través de la emisión de versiones oficiales y de una prensa acotada en su labor editorial y subordinada a las maniobras políticas del presidente, pues a éste le interesaba legitimar a la clase política en el poder y al partido oficial, para de esta forma, poder instaurar el nuevo modelo económico implantado por los inversionistas extranjeros.

El presidente provisional que sucedió a Calles fue Emilio Portes Gil quien estuvo al frente del país hasta el 5 de febrero de 1930 y luego fue sucedido por el ingeniero Pascual Ortiz Rubio que protestó el 5 de febrero del mismo año, pero el 2 de septiembre de 1932 renunció. Al día siguiente Abelardo L. Rodríguez protestó como presidente sustituto.

¹⁸³ Una aproximación a la discusión pública suscitada a raíz del enfrentamiento Estado-Iglesia, nos da una muestra del poder que los integrantes de la jerarquía católica tenían entre la población como líderes de opinión, lo que implica que la necesidad de discutir temas de interés público lleguen a los medios a través de una reflexión de situaciones inmediatas no previstas por el Estado represor y autoritario.

3.4. De la esfera pública a la opinión pública marginal

Lázaro Cárdenas como nuevo representante del Estado Mexicano asumió una política denominada *de masas* que consistió en la conciliación de las clases y la concesión de reformas sociales a los trabajadores y campesinos. Con el paso del tiempo cimentó su autoridad y su poder hacia su objetivo nodal que era la industrialización del país.

Muy importante fue su orden de que el telégrafo dedicara una hora diaria, libre de costo, a transmitir las quejas y opiniones de los campesinos y demás trabajadores. Tales medidas tuvieron gran repercusión, pues la imagen austera que ofreció el general Cárdenas, se propagó por todos los rincones del país y conquistó muchas simpatías entre los más diversos sectores sociales. La imagen de Cárdenas fue aceptada y admirada por las masas de obreros y campesinos, quienes la diferenciarían de la tradicionalmente ofrecida por todos los políticos.¹⁸⁴

En el mandato de Lázaro Cárdenas inició una etapa fructífera de la radiodifusión, pero para comprender lo anterior debemos remontarnos al 5 de noviembre de 1851 cuando el presidente Mariano Arista y el empresario Juan de la Granja (1785-1853), inauguraron la primera línea telegráfica nacional, de 180 kilómetros, entre México y Nopalucan. El 19 de mayo de 1852 quedó inaugurada la línea telegráfica México-Veracruz.

En 1920 se introdujo la radiotelegrafía o telegrafía sin hilos. En seguida, se puso en uso la radiotelefonía o telefonía inalámbrica. Ya poco después apareció la radiodifusión.

La radiotelegrafía es el sistema de comunicación mediante el cual se transmiten mensajes telegráficos inalámbricos. Comunicados idénticos a los que Marconi envió a través del Canal de la Mancha o recibió después al cruzar el Atlántico.

La radiotelefonía es la transmisión y captación de voces por medio de aparatos eléctricos. En México, los radioaficionados construyeron sus plantas transmisoras y receptoras y, al entrar en contacto, hablaron entre sí. La radiodifusión llegó después. Y consistió en la transmisión de

¹⁸⁴ Anguiano, Arturo, *El Estado y la política del cardenismo*, México, Editorial ERA, 1982, p. 47.

mensajes verbales o musicales programados destinados a ser escuchados por aquellos que contaban con equipos receptores.¹⁸⁵

La participación del Estado como emisor y propietario de medios de comunicación con Lázaro Cárdenas se caracteriza porque aparecieron en casi todo el país emisoras muy combativas que defendieron de manera radical las políticas del gobierno y se comportaron sumamente críticas respecto de los grupos opositores.

Algunas de esas estaciones fueron la XEDPP y la XEXA (ésta en onda corta), operadas por el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad del gobierno cardenista, y la XERE (también de onda corta) de la secretaría de Relaciones Exteriores.....Y lo mismo puede decirse del diario El Nacional que combinó el periodismo militante en favor de, especialmente, el régimen cardenista con notables ejemplos de calidad periodística".¹⁸⁶

Cárdenas desplegó por todo el país una inmensa campaña de propaganda destinada a impulsar la organización, la unificación y la disciplina de los obreros y campesinos. En todos los centros de trabajo que visitó, en todos los mítines en los que habló ante los trabajadores, insistió una y otra vez, hasta el cansancio, en la necesidad de que se organizaran. Esta sería una preocupación trascendental del presidente, y la consigna de la organización se volvería obsesiva, lo que conduciría a Cárdenas a convertirse en el propagandista más importante y en el máximo promotor de la organización de las masas trabajadoras.¹⁸⁷

El Partido Nacional Revolucionario (PNR) se acercó a los trabajadores y comenzó a desempeñar una función importante en la política de masas cardenista, al incorporar a los obreros en la lucha política electoral.

El comité ejecutivo nacional del PNR se propuso extender su propaganda "hasta las barriadas más apartadas de las poblaciones", a los talleres, a las fábricas, a los sindicatos, a las comunidades agrarias y a las escuelas; para lograr esto vitalizó todos los medios de que

¹⁸⁵ Gálvez Cancino, Felipe, *Los felices del alba*. (La primera década de la radiodifusión mexicana), Tesis de Licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva. FCPyS, UNAM, México, 1975, pp. 22 y 23.

¹⁸⁶ Mejía Barquera, Fernando, El Estado emisor, revista *Etcétera*, México, noviembre 2000, p. 47.

¹⁸⁷ Anguiano, Arturo, *El Estado y la política del cardenismo*, México, Editorial ERA, 1982, pp. 48 y 49.

disponía: la radio, la prensa y el libro, además de que proyectaba valerse también de conferencias, exhibición de "películas apropiadas", de la actuación de grupos artísticos e incluso de exposiciones de "carteles revolucionarios". Así, desde el 26 de junio de 1935, la dirección del partido acordó dotar de aparatos de radio a ciudades, municipios, poblados y congregaciones que dispusieron de electricidad, pues la propaganda que había podido hacer a través de su estación radiodifusora logró resultados muy pobres, "ya que por desgracia son muy contados los municipios y pequeños centros de población que están en condiciones de escucharlos". Al mismo tiempo, la secretaría de prensa y propaganda intensificó su actividad a través de su diario *El Nacional*; de la revista gráfica *Así es... México de Hoy y de Mañana*, destinada principalmente a los que nos sabían leer, es decir, a la gran mayoría de los campesinos y obreros; de las revistas *Política Social*, mensual, y *Los Doce*, semanal; y también mediante la edición, a partir de febrero de 1936, de grandes tirajes de folletos de divulgación. El 29 de febrero del mismo año, *El Nacional* empezó a distribuir "ediciones murales", y dedicó la primera a exponer y explicar los "14 puntos" de Cárdenas.¹⁸⁸

Lázaro Cárdenas instauró por decreto el 21 de agosto de 1935 la Productora e Importadora de Papel S. A., (PIPSA) para evitar los abusos comerciales de un monopolio existente¹⁸⁹ y "alcanzar permanentemente los más bajos precios del papel, artículo que debe ser considerado en la sociedad moderna como de primera necesidad"¹⁹⁰; así como restringir el abastecimiento de papel a aquellos medios opositores. Además creó el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad y los boletines gubernamentales de prensa para uniformar la información y aminorar las críticas y presiones del extranjero en lo referente a la expropiación del petróleo.

"Al iniciarse la expansión de los medios de difusión electrónicos, diríase que México no tenía conciencia aún de su significado político. Si bien cabía el antecedente del régimen del presidente Lázaro Cárdenas, que intentó multiplicar la participación estatal en la radiodifusión; al autorizar el desarrollo de la televisión comercial, el gobierno mexicano dejó en manos privadas el vehículo más importante de comunicación social. Esta decisión se agrava al

¹⁸⁸ Anguiano, Arturo, *El Estado y la política del cardenismo*, México, Editorial ERA, 1982, p. 69.

¹⁸⁹ "No aportar información para el debate y el control públicos ya no se sustenta en una abstracta razón de Estado, sino en la urgencia de tomar decisiones, en la autonomía de ciertas instancias de gobierno y en el monopolio técnico", Nora Rabotnikof, *El espacio público y la democracia moderna*, México, IFE, 1997, p. 37.

¹⁹⁰ Rodríguez Castañeda, Rafael, *Prensa vendida*, Ed. Grijalbo, México, 1993, p. 41.

comprobar que los modelos que imita la televisión comercial, acentúa la colonización ideológica y el desarrollo del deterioro de la conciencia nacional".¹⁹¹

Hechos trascendentales sucedieron con Lázaro Cárdenas como fue el anuncio de que Ferrocarriles Nacionales de México fueron entregados al sindicato y que las cooperativas obreras se organizaron, así como la expropiación petrolera y la transformación del PNR como la expresión evidente de la política nacional revolucionaria.

El partido comunista se aunó a la CTM en la labor de integrar a las masas obreras a la lucha electoral, favoreciendo así los fines de la política de "puerta abierta" del Partido Nacional Revolucionario. A través de *El Machete* exhortaba a los trabajadores a participar en las elecciones internas del partido oficial, bajo la consigna de forzar el "frente único amplio" de las organizaciones obreras, campesinas y populares para luchar contra la reacción.¹⁹²

La opinión pública vio en Lázaro Cárdenas un símbolo nacional; aplaudió las acciones del entonces Ejecutivo sin cuestionar que había acotado la esfera pública con la creación del Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad, con lo que la selección y filtración de información fue exclusiva del Estado. Vicente Lombardo Toledano afirmó ante CTMistas:

Las caricaturas de *Realidades* son pálidas junto a las que el propio *New York Times* suele publicar sobre Roosevelt, cuya familia toda es objeto del humorismo americano en teatros, cines y periódicos. El presidente Cárdenas ha querido, con muy buen juicio, garantizar a la prensa de México la mayor libertad posible. Es evidente que él, como presidente, sabe mejor y por más nutridos y fidedignos conductos, si el país está en peligro, qué clase de peligros lo acechan, y cómo conjurarlos. La parte que en la producción o el fomento de semejantes peligros tengan los periódicos, el DAPP está encargado de definirla, vigilarla y limitarla.¹⁹³

No obstante de que dio mayor oportunidad a la sociedad de opinar y a las masas de tener canales de expresión, la opinión pública se volvió marginal porque sólo recibía la información estatal, de tal manera que no cuestionaba las acciones gubernamentales, ya

¹⁹¹ Jorge A. Lozoya, *Nueva Política*, Volumen I, Número 3, Julio-Septiembre 1976, p. 53.

¹⁹² Anguiano, Arturo, *El Estado y la política del cardenismo*, México, Editorial ERA, 1982, p. 116.

¹⁹³ Novo, Salvador, *La vida en México en el periodo presidencial de Lázaro Cárdenas*. Compilación de José Emilio Pacheco, México, INAH-Conaculta, 1994, p. 196.

que todo proyecto que tuviera un planteamiento acorde con la política cardenista era aprobada de inmediato.

Manuel Ávila Camacho contó desde el inicio de su postulación a ocupar la Presidencia de la República, con el apoyo sindical, burocrático y empresarial; fue una etapa donde dialogaban nuevos actores de la esfera pública cuyo peso político lo llevaron a ocupar la silla presidencial.

Enfrentando las repercusiones de la Segunda Guerra Mundial, despertó en la opinión pública la percepción de una nueva etapa del México moderno, con una política donde el tema de la soberanía nacional ocupaba los cintillos de los diarios, de bonanza económica donde el trabajo adquiría un significado al ser tema importante para el sector obrero; las condiciones que caracterizaron la existencia del régimen alemanista, lo llevaron a una ruptura con el esquema autoritario de la milicia que ocupara el poder anteriormente.

Miguel Alemán se apoyó del diario *Novedades*, *El Heraldo de México*, *Avance y Editorial Novaro* para ganar la Presidencia de la República. Alemán Valdés en cierto modo democratizó la esfera pública con el desarrollo de la industria de la televisión porque permitió a las masas acceder a informaciones que no sólo eran para iniciados en las cuestiones de informaciones de carácter político.

A partir de la aparición de las masas, el problema de la decisión política de Estado, al que hace referencia la opinión pública, se complejiza no sólo por la presencia de nuevos sujetos políticos, grandes organizaciones y no ya individuos dialogantes, sino por el principio de referencia de su acción política.¹⁹⁴

Durante su mandato incluso instauró el 7 de junio de 1952 el Día de la Libertad de Prensa en el restaurante Grillón, como una muestra de reconocimiento a ésta que comenzaba a despuntar como mecanismo formador de opinión pública y como mecanismo, indudablemente, de reconocimiento de la información en los medios como generadora de discusión colectiva de temas de carácter social.

¹⁹⁴ Aguilar Villanueva, Luis F., Una reconstrucción del concepto de opinión pública, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, número 130, año XXXII, Octubre-Diciembre 1987, p. 110.

García Valseca fue quien convocó a lo que denominó "un acto de celebración del primer aniversario del homenaje a los periodistas al presidente Alemán". De él fue la iniciativa de elaborar un gran pergamino como "testimonio de agradecimiento", con las firmas de editores periodísticos de todo el país, para entregarlo ese día al jefe del Poder Ejecutivo. En total, se logró obtener la firma de 111 gerentes, editores y directores de diarios y revistas, estampada al calce del pergamino que, enmarcado en madera, reiteraba: *Es honroso para la prensa mexicana otorgar a usted, señor presidente, este pergamino como testimonio de reconocimiento por su respeto a la libertad de expresión.*¹⁹⁵

José García Valseca expresó:

"Hoy proponemos a la nación mexicana que este día 7 de junio sea, en años sucesivos, de consagración de los periodistas al ideal de la libertad de prensa".¹⁹⁶

Cabe destacar el único órgano disidente de la prensa mexicana en ese periodo denominado *Presente*, "un semanario a la mexicana" que nació el 7 de julio de 1948, dirigido por el periodista Jorge Piñó Sandoval quien denunció reiteradamente el "saqueo cometido por la camarilla del presidente Alemán Valdés".

Presente fue víctima de acosos y maniobras gubernamentales sin cuento. Aun antes de aparecer, se intentó darle un "madrugete", con la publicación de otra revista con el mismo nombre. Se buscó desprestigiarla, sabotearla, ignorarla.

Y se llegó inclusive a la violencia para tratar de callarla: cuando llevaba apenas ocho números editados, una veintena de pistoleros asaltó y semidestruyó los talleres donde *Presente* imprimía.¹⁹⁷

En su segundo informe de gobierno el primero de septiembre de 1948, Alemán Valdés inauguró una nueva relación prensa-gobierno, esto para que nada perturbara su proyecto industrializador del país y silenciar a la crítica:

¹⁹⁵ Rodríguez Castañeda, Rafael, *Prensa vendida*, Ed. Grijalbo, México, 1993, p. 24.

¹⁹⁶ Ibidem, Rodríguez Castañeda, Rafael, 1993, p. 26.

¹⁹⁷ Ortiz Pinchetti, Francisco, "En 1946 se implanta la corrupción como guía y objetivo del poder", *Proceso* número 342, México, 23 de mayo de 1983, p. 8.

Las más de las veces se concibe la libertad de expresión únicamente como facultad para demostrar descontento; y como en nuestro país esa libertad se ejerce en forma irrestricta, no es extraño que las publicaciones periodísticas y los demás medios de expresión exageren esa nota y muchas veces desorienten a la opinión pública...¹⁹⁸ La opinión pública (alimentada básicamente por los testimonios de primera y segunda mano, los rumores y las caricaturas).¹⁹⁹

En su primer año como Presidente de la República el 7 de junio de 1953 se llevó a cabo el primer acercamiento del Adolfo Ruiz Cortines con los editores y funcionarios más importantes del país en el Palacio Nacional donde estuvieron presentes "José García Valseca, Luis Padilla junto a Martín Luis Guzmán. Mariano Urdanivia entre Bermúdez y Sánchez Taboada. Manuel Padrés junto a Rodríguez Cano".²⁰⁰

En 1946 se creó la Sociedad Interamericana de Prensa que agrupaba a las empresas más poderosas del continente con sede en Washington, Estados Unidos. Concurrieron 25 países americanos y México estuvo representado por 57 periódicos. En ese evento la delegación mexicana propuso que se adoptara el 7 de junio de cada año como el Día de la Libertad de Prensa en toda América, lo que fue aceptado.

El Ejecutivo Federal manifestó:

Bien está que los señores periodistas hayan instituido el 7 de junio como fecha simbólica para recordar y celebrar que en la República Mexicana y en el mundo es realidad indiscutible, e inmutable, la libertad de expresión como parte indivisible de la libertad humana...²⁰¹

En los festejos del III Aniversario de la creación de la Casa del Voceador, Ruiz Cortines acordó con la Unión de Voceadores y Expendedores de Periódicos de México instituir el 25 de abril como Día del Voceador.

El 7 de junio de 1956 Ruiz Cortines aprovechó para hacer algunas acotaciones éticas sobre la labor periodística:

¹⁹⁸ Ibidem, Ortiz Pinchetti, Francisco, p. 10.

¹⁹⁹ Ibidem, Ortiz Pinchetti, Francisco, p. 16.

²⁰⁰ Rodríguez Castañeda, Rafael, *Prensa vendida*, Ed. Grijalbo, México, 1993, p. 33.

²⁰¹ Ibidem, Rodríguez Castañeda, Rafael, p. 38.

La diaria tarea del periodista mantiene informada a la opinión pública con el análisis de los problemas de la nación, con la interpretación que hace de la gestión pública, con las censuras que formula ante las indolencias o ineficacias de aquellos que deben o pueden influir en el progreso del país --pertenezcan o no al gobierno--, con los comentarios en que estimula los esfuerzos colectivos. En esta forma la prensa realiza y debe realizar, cada vez mejor, esa importantísima misión.²⁰²

Sintiendo que Adolfo López Mateos comenzaba a superar su imagen como Primer Mandatario, Ruiz Cortines le preparó el camino y prefirió efectuar el relevo con buenos términos, por lo que lo contactó con:

Martín Luis Guzmán y José Pagés Llergo, de *Tiempo* y de *Siempre!* También asistieron Licio Lagos, de *Hoy*; Daniel Morales, de *Mañana*; Manuel Horta, de *Jueves de Excelsior*; Carlos Denegri, de *Revistas de Revistas*; Gregorio Ortega, de *Revista de América*; Carlos Samayoa, en representación de Hernández Llergo, de *Impacto*; Carlos Ortiz, de *Nosotros*; y Enrique Salcedo Ledesma, de *Todo*.²⁰³

Con Adolfo López Mateos se creó el 27 de junio de 1962 el periódico *El Día* como órgano de apoyo; asimismo, se creó la Ley Federal de Radio y Televisión, en tanto el Estado se vio en la necesidad de apoyarse en la ley escrita como ámbito público y norma racional para controlar a los medios, en tanto tuvo que enfrentar fuertes controversias con los obreros y los empresarios. Esto es, ante la arremetida de sectores que cuestionaban de manera importante su gestión, tuvo que basarse en normas jurídicas que le permitieran contar con un control legítimo sobre la información que los medios daban a conocer, para de esta forma crear un supuesto consenso alrededor de su forma de gobernar.

Es importante mencionar que López Mateos enfrentó a partir de 1960 los embates de la revista *Política*, estando al frente Manuel Marcué Pardiñas.

Política nace en un momento crucial para la historia de la izquierda mexicana. En julio de 1960 el presidente Adolfo López Mateos declara que su gobierno "es, dentro de la Constitución, de

²⁰² Trejo Dalarbre, Raúl, *La prensa marginal*, Editorial El Caballito, México, 1975, p. 53.

²⁰³ Ibidem, Trejo Dalarbre, Raúl, p.57.

extrema izquierda". Los militantes vuelven a tener ante sí la disyuntiva de colaborar con el gobierno que pretende asimilarnos o mantener una independencia crítica. *Política* opta por la segunda alternativa y desde un principio denuncia los intentos de López Mateos por mediatizar a los grupos de oposición. Sin embargo su línea editorial no siempre es uniforme. Poco después de criticar las medidas de política interna de López Mateos, aplaude sin reservas la nacionalización de la industria eléctrica y, por esta acción, compara al presidente con Lázaro Cárdenas, quien expropió el petróleo en 1938.²⁰⁴

Gustavo Díaz Ordaz en 1968 enfrentó a un movimiento estudiantil que buscaba entablar diálogo público y pacífico, lo cual lo orilló a controlar y clausurar algunos periódicos como *El Diario de México*. A partir de este año el gobierno inició su intento por formular una política hacia la labor de los medios de comunicación, debido a que la expansión de empresas privadas en esta área creció y que, a raíz de los hechos violentos registrados como consecuencia de este movimiento, se dio cuenta que necesitaba limpiar su imagen, sobre todo ante la opinión pública internacional que tenía los ojos puestos en México debido a la realización de los Juegos Olímpicos.

Díaz Ordaz negoció con la industria de la radiodifusión y la televisión privadas, logrando con ello negociar espacios gratuitos²⁰⁵ a cambio de exenciones fiscales; y por ende, las relaciones fueron amistosas bajo la premisa del *laissez-faire*. Sin embargo, la crisis de la esfera pública se incrementaba en tanto los lugares físicos donde se acostumbraba expresar la sociedad (plazas, calles, centros universitarios, etc.) fueron acotados, despertando en la percepción social un alejamiento del gobierno para entablar el diálogo, arrojando con ello la desaprobación y rechazo de los ciudadanos hacia las fuerzas armadas del país y a las políticas públicas. Lo anterior se daba a pesar de que en el discurso de toma de protesta como Ejecutivo Federal el 1º de septiembre de 1964

²⁰⁴ Ibidem, Trejo Dalarbre, Raúl, p. 63.

²⁰⁵ Entre las funciones de comunicación social que realiza el Estado desde 1969 se encuentran las de producción y el número de horas que dispone en radio y televisión. La disposición para hacer uso del 12.5 por ciento del tiempo, como pago en especie. Cremoux, Raúl, "Nueve proposiciones al diputado Farías", Dorantes, Gerardo; Arrache, Roberto; Molina, Silvia; Sotomayor, Germán; *Prensa y derecho a la información*, UNAM, México, 1980, P. 461.

reconoció su "obligación de servir, porque eso es precisamente lo que soy: servidor del pueblo".²⁰⁶

²⁰⁶ Gustavo Casasola Zapata, *Historia gráfica de la Revolución Mexicana*, Tomo IX, México, Editorial Trillas, p. 3318.

3.5. Crisis de la esfera pública y ampliación de la opinión pública

La década de los setenta inicia con la elección de Luis Echeverría Álvarez quien implanta un estilo populista para gobernar a lo largo de su mandato. Si 1968 mostró la evidencia de una profunda crisis en la esfera pública y un severo distanciamiento entre el pueblo y el gobierno -por no decir especialmente con el Presidente Díaz Ordaz-, la etapa echeverrista buscó romper con este esquema y entablar un diálogo público con la sociedad. Desde el inicio de su campaña en noviembre de 1969 hasta su elección en julio de 1970, Echeverría pretendió representar a la Revolución Mexicana ante una opinión pública que se tornaba renovada y con una actitud crítica de la realidad. La elección de Luis Echeverría causó gran efervescencia en la opinión pública con lo que surgieron de inmediato rumores, chistes y augurios por su estrecha relación con Díaz Ordaz que duró aproximadamente 12 años.

Los temas institucionalizados en aquella época fueron la creación de empleos, libertad para los presos políticos, agua, educación, seguridad, cambio en el modelo de desarrollo económico y democratización de los medios de comunicación.

En el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión (RLFRyT) se fundamentaba el por qué el estado se atribuía regular la publicidad y cuidar el equilibrio entre publicidad y programación. "Esta disposición es perfectamente congruente con el objetivo que la sociedad confiere a los medios de comunicación y su penetración en la conciencia de la comunidad. Si los fines de transmisión deben ser de beneficio general es preciso limitar el aspecto comercial para evitar que su abuso, desvirtúe o degrade". En otra parte de los considerandos, en total acuerdo con planteamientos que se habían expresado durante el gobierno del presidente Luis Echeverría, se señalaba: "no es posible transmitir cultura, información o esparcimiento con interrupciones enervantes, disipadoras o desnaturalizadoras".²⁰⁷

El recién electo Presidente de la República se autodefinió como tradicionalista, mostrando un discurso comprometido a garantizar un cambio de mentalidades, ya que consideraba

²⁰⁷ García Calderón, Carola Evangelina, *El poder de la publicidad en México*, tesis doctoral en Sociología, FCPy S, México, 1996, p.145.

que entre gobierno y sociedad existía incomunicación, lo que traía como consecuencia una sociedad desinformada por la presencia de los rumores.²⁰⁸

Durante el gobierno de Luis Echeverría, la actitud del estado en materia de medios pasó a un carácter activo con una política regulatoria y con la adquisición de medios de comunicación operados por el gobierno, el cual se asumió como representante del consumidor y estableció el Reglamento de Publicidad para Alimentos, bebidas y Medicamentos. Esta disposición frecuentemente fue calificada por los publicistas de discrecional y burocrática. En febrero de 1976 se promulgó la Ley Federal de Protección al Consumidor con el proyecto de lograr un amplio alcance social, ya que "todos somos consumidores de bienes y servicios y en tal calidad debemos ser protegidos y orientados".²⁰⁹

La Secretaría de Salubridad y Asistencia en 1974 dio a conocer el primer ordenamiento para la publicidad a través del RPAByM que detalla las disposiciones del Código Sanitario de 1973.

El Reglamento de Ley Federal de Radio y Televisión de 1973, así como el Reglamento para la Publicidad de Alimentos, Bebidas y Medicamentos (RPAByM) de 1974, fueron objeto de una discusión antes de promulgarse y se plantearon como una opción para no modificar la Ley de Radio y Televisión, lo cual demandaban algunos diputados y personas vinculadas a la comunicación, ya que consideraban que la televisión promovía patrones de vida y pautas de consumo ajenas a la sociedad mexicana.²¹⁰

A partir de lo establecido en el Código Sanitario de 1973 y por la Ley Federal de Radio y Televisión, se derivó el Reglamento de Publicidad de Alimentos, Bebidas y Medicamentos, que fue la primera reglamentación específica en nuestro país en materia de publicidad. En los considerandos del Reglamento se plantea la importancia de contar con cauces legales para esta publicidad y "proteger en forma adecuada la salud individual y colectiva". Se destaca la preocupación por los daños a la salud, la ingestión de bebidas alcohólicas y el consumo de

²⁰⁸ Según Raúl Trejo, se debe entender por *rumor* a una información diseminada que proviene de una fuente desconocida, una transacción colectiva cuyos componentes consisten en actividad intelectual y comunicativa. Surge cuando las personas atrapadas conjuntamente en una situación ambigua, intentan dar de ella, reuniendo sus recursos intelectuales, una interpretación con sentido. En pocas palabras, el rumor es un esfuerzo colectivo para lograr una definición.

²⁰⁹ Ibidem, García Calderón, Carola Evangelina, p.146.

²¹⁰ Ibidem, García Calderón, Carola Evangelina, p.143.

tabaco y se fundamenta la necesidad de "reunir en un ordenamiento legal las disposiciones que regulen la publicidad".²¹¹

La imagen que buscó Echeverría ante la opinión pública se sustentó en estrategias comunicativas que mostraran apertura de canales de diálogo con los sectores más resentidos de la sociedad, destacando entre estos el estudiantil. El 14 de marzo de 1975 visitó la Facultad de Medicina enfrentando un terreno demasiado hostil que asustó incluso a sus asesores. Echeverría siempre cuidó su estilo político ante la opinión pública, punto y aparte de la imagen que le caracterizaba de poseer un impresionante autocontrol y disciplina personal y profesional.

Echeverría tenía la idea de instaurar canales que permitieran abrir un poco el cerrado sistema político y para ello preparó una "nueva Ley Federal de Radiodifusión que reemplazaría a la ley de 1960 que fue la primera que contempló la publicidad en el aspecto general como el equilibrio entre programación y anuncios".²¹²

En 1972 el gobierno compró a un empresario en bancarrota el Canal 13 con el propósito de competir con Telesistema (canales 2, 4 y 5), empresa perteneciente a Emilio Azcárraga, Guillermo O'Farrill y Miguel Alemán, quienes para contrarrestar la estrategia estatal, se fusionaron conformando Televisa y anunciaron que incluirían 11 horas diarias de contenido educativo y cultural. Este hecho preocupó al gobierno en turno ya que la esfera pública se iba a abrir a todo el público, en la suposición de que la pantalla de televisión en cierto modo sustituiría a la plaza, al ágora o a los foros de deliberación.

Echeverría sintió incapacidad para la orientación del sector privado de la comunicación, entonces intentó cerrar espacios a Televisa con el argumento de que destruía en las tardes los trabajos construidos por la educación en las mañanas, porque el contenido de la programación incitaba a la violencia y la juventud mexicana estaba contaminándose; por ello estableció que el Estado debía tener el 48 por ciento de la propiedad de la televisión privada y contar con un interventor como mecanismo de control.

²¹¹ Ibidem, García Calderón, Carola Evangelina, pp- 146-147.

²¹² Elizabeth Fox, *Medios de comunicación y política en América Latina*, México, Editorial G. Gili, 1989, p. 95.

Este hecho estableció una nueva relación de los *mass media* con el Estado, debido a que a éste último no le parecía del todo conveniente ser examinado a la luz pública en sus acciones y decisiones.²¹³

En 1972 se funda Televisión Rural Mexicana que emite noticias culturales para zonas rurales marginales y aisladas. En 1973 se crea la Subsecretaría de Radiodifusión que coordinaba las emisoras y producciones estatales. En 1968 surgen NOTIMEX y Radio México Internacional.

En 1973 el entonces director de *Excélsior*, Julio Scherer, cuestionó la naturaleza y las acciones del régimen, lo que ocasionó que Echeverría llevara a cabo acciones, sobornos y corruptelas para sacar a Scherer de ese diario en tanto éste comenzaba a significar un líder de opinión con su periodismo crítico; al lograrlo impuso a Regino Díaz Redondo, quien sirvió para legitimar a la clase política en el poder.

La industria cinematográfica fue la única donde se consolidaron los objetivos del Gobierno echeverrista. En este sexenio el Estado produjo exitosos films críticos sobre problemáticas sociales y políticos de México.²¹⁴

En resumen, Echeverría cuidó mucho su imagen ante la opinión pública resentida por el autoritarismo gubernamental del sexenio anterior; su imagen se vio acorde con la política que trataba de impulsar: mostró austeridad en su arreglo personal durante las giras con sus guayaberas, se presentaba como un padre de familia preocupada por sus ocho hijos, no mostraba públicamente autos lujosos, ni joyas, así como tampoco ninguna asociación de negocios con su gobierno.

²¹³ "Hoy, el mismo hecho de tener un secreto debe ser mantenido en secreto y ya no puede servir como contraseña para las grandes cosas. Sólo como religión el secreto ha conservado su sentido originario, el sentido de que la develación del secreto no destruye al mismo secreto, sino que castiga a los curiosos privándolos de la capacidad de entender", Rabotnikof, *op. cit.*, p. 18.

²¹⁴ A este respecto se puede consultar el trabajo de Gustavo García y José Felipe Coria, *Nuevo cine mexicano*, México, Clío, 1997.

3.6. La reconstrucción de la esfera pública frente al poder de la esfera privada: (1976-1982)

José López Portillo desde el inicio de su mandato mostró de manera visible una meta de su gobierno: dar iguales oportunidades a los ciudadanos para que éstos tuvieran, conforme establecía la ley, acceso igualitario a los *mass media*, pues él presuntamente detectaba que la programación alentaba el colonialismo informativo y consumismo excesivo; para ello incluyó en la filosofía de su política de comunicación los conceptos de democracia, igualdad y participación en estas entidades públicas.

López Portillo contemplaba llevar a cabo la Reforma Política ya que percibía que la comenzaba a querer participar en la esfera pública y no sólo opinar sino decidir en el ejercicio del poder.

El derecho a la información era uno de los principales tópicos de la plataforma política del Partido Revolucionario Institucional para el periodo presidencial de 1976-1982; se enunció el respeto al pluralismo ideológico y libertad a la diversidad de ideas, opiniones y creencias. Dicha plataforma recomendaba que el "gobierno reexaminase la función social de la prensa, la radio, la televisión y el cine"²¹⁵, con lo cual se ampliaría la participación de los partidos políticos, sindicatos, asociaciones profesionales y diversos grupos sociales del país.

El Subsecretario de Gobernación, Rodolfo González Guevara, señaló respecto a la reglamentación del derecho a la información lo siguiente:

El nuevo ordenamiento sobre el derecho a la información "se ajustará" a cuatro principios básicos: 1) El Estado tendrá la obligación de informar, ya que es la "principal fuente productora de acontecimientos"; 2) ciertos acontecimientos o datos deben ser del conocimiento exclusivo de los funcionarios públicos ya que "si se informaran pondrían en peligro la seguridad nacional";

²¹⁵ Fox, *op. cit.*, p. 100.

3) libertad de los medios de información bajo su estricta responsabilidad; 4) abusos a la libertad de expresión son competencia de la Ley de Imprenta.²¹⁶

Cabe destacar que José López Portillo subió al poder sin opositores de otros partidos políticos, por ello requería conformar ante la opinión pública su deseo de impulsar la presencia de la oposición (legalizó el Partido Comunista) y la necesidad de construir válvulas de seguridad para la inquietud social, por lo que se vio forzado a abrir la esfera pública para la deliberación de temas que afectaran a la colectividad y sobre todo a los más desprotegidos.

Durante este sexenio el coordinador nacional de Comunicación Social, L. J. Solana, reconoció que el proceso informativo se llevaba a cabo a través de estrategias verticales; asimismo, reconoció que "la comunicación es una forma importante de poder, y en una democracia, el poder procede del pueblo"²¹⁷; sugiriendo entonces la democratización de la información.

En el sexenio de José López Portillo surgió la revista *Crítica Política*; ésta conjuntamente con *Proceso* afectaron la imagen del Ejecutivo, el cual reaccionó y en la Reforma Política de 1977 aprovechó la oportunidad para añadir en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos el derecho a la información, donde, para no perder el control total de la información, el Estado se nombraba rector en la materia haciendo con ello evidente que no eran más que límites de una política aparentemente democrática en una sociedad que cada vez era más compleja.

El entonces mandatario coartó la libertad de expresión de los diversos enfoques ideológicos de los círculos de opinión de México, pues sólo se garantizó la labor informativa de aquellos emisores comprometidos con la burocracia política y grupos de presión como los empresarios, conllevando con ello a una ausencia de movilidad en cuanto a la participación política de nuevos actores que buscaban ejercer sus libertades políticas elementales como el derecho a la información y la libertad de expresión.

²¹⁶ Dorantes, Gerardo; Arrache, Roberto; Molina, Silvia; Sotomayor, Germán; *Prensa y derecho a la información*, UNAM, México, 1980, P. 454.

²¹⁷ *ibid.*, p. 92.

El 7 de junio de 1982 el presidente José López Portillo dio línea a su coordinador general de Comunicación Social, Francisco Galindo Ochoa, para que orquestara un boicot publicitario en contra de *Proceso* (a quien en mayo del mismo año se le prohibió el acceso a la información gubernamental a 3 de sus reporteros, limitó la venta de papel y sobre todo el total retiro de la publicidad oficial), cuando el día de la libertad de expresión dijo:

“¿Una empresa mercantil organizada como negocio profesional tiene derecho a que el Estado le dé publicidad para que sistemáticamente se le opongá? Esta es, señores, una relación perversa, una relación morbosa, una relación sadomasoquista que se aproxima a muchas perversiones que no menciono aquí por respeto a la audiencia: ‘Te pago para que me pegues’ ¡Pues no, señores!.”²¹⁸

Respondiendo al periodista Francisco Martínez de la Vega en la ceremonia de entrega de los premios nacionales de periodismo, López Portillo respondió:

“Cuando el Estado paga publicidad y obtiene sistemáticamente un efecto contrario -prosiguió- estamos en presencia de una constante opositora que se justifica plenamente en el caso de los partidos políticos, pero que en empresas mercantiles que quieren ganar dinero con la venta de su opinión, con la venta de su difusión, tenemos que hacer reflexiones y distingos.”²¹⁹

En 1977 el Congreso aprobó la Reforma General y el derecho a la información se tomó en el eje conflictivo entre gobierno y *mass media*, pues según el Ejecutivo, la corrupción en la obtención de la noticia, la violencia en los contenidos televisivos y sus repercusiones en la población infantil, la publicidad de bebidas alcohólicas, el exceso de anuncios en la televisión por cable, el desarrollo de la tecnología vía satélite y la transnacionalización de la cultura, hacían necesario elevar a un rango constitucional su propuesta.

En la década de los 70 las iniciativas sobre la regulación de la prensa polarizaron las posiciones de quienes estaban involucrados con la labor informativa relacionada con el mundo de la política gubernamental, fue entonces cuando se prestó especial atención a la función del Estado en tanto intervenía directamente en los medios de comunicación con base en facultades normativas; fue cuando surgió la cuestión acerca de si los medios

²¹⁸ Marín, Carlos, “La relación entre el gobierno y los medios de comunicación, en debate”, *Proceso*, México, número 293, 14 de junio de 1982, p.18.

²¹⁹ *Ibidem*, Marín, Carlos, p. 18

debían autorregularse con códigos de conducta; la propuesta de una libertad de expresión no coartada por el poder estatal empezaba a plantearse soluciones como la creación de un *ombudsman de la información*.

La reforma política de 1977 amplió la esfera pública con la presencia de una amplia pluralidad de iniciados provenientes de partidos políticos inmersos e involucrados en las columnas y secciones editoriales de los medios de comunicación. La nueva legislación sobre las fracciones parlamentarias en lo relativo a la asignación de recursos y normas para regular los gastos de campaña y su acceso a los medios de comunicación permitió establecer alianzas y vínculos clientelares.

Durante este sexenio surgieron los *Lineamientos de Comunicación Social* que se distribuyeron en todas las dependencias oficiales, lo cual conllevaba a la homogenización y uniformidad de la información con base a una sistematización gubernamental; de la misma forma, se desarrolló una política de difusión masiva que dividió al grupo gobernante. El sexenio 1976-1982 se caracteriza por la ausencia de consenso sobre los lineamientos a seguir en el periodismo estatal y por la indefinición en la política de difusión masiva. La falta de consenso mencionada se basa en la discusión acerca de si los medios de comunicación eran considerados órganos educativos informales orientados a los lectores o mecanismos de control político de grupos e intereses privados.

En el mandato de López Portillo la Secretaría de Programación y Presupuesto, a través del Consejo Nacional de Comunicación Social, fue la cabeza de control político. A fines de 1978, la Secretaría de Gobernación convocó a varias reuniones para definir y desarrollar la política informativa del régimen político, debido a que existían informaciones que no podían ser del dominio público por significar secretos de Estado.²²⁰

En el mes de agosto de 1978 el licenciado José López Portillo, al referirse al derecho a la información señaló: "orientar la comunicación con el riesgo de manipular la información o dejar el flujo de la libertad e incluso de la improvisación, lo mejor es admitir el flujo de la libertad... Es muy riesgoso para el Gobierno y peligroso para el pueblo armar una estructura de organización

²²⁰ "El lugar de la decisión política está cerrado a la comunidad y el secreto de Estado justifica su exclusión del conocimiento público. El poder soberano encarna lo público en tanto es común, pero no como abierto ni manifiesto", Rabotnikof, *op. cit.*, p. 28.

de la comunicación, que está significando siempre el riesgo del fascismo... Creo que obligados a escoger entre crear un instrumento de comunicación con los riesgos de la manipulación, y la libertad con los riesgos de la deformación, prefiero este último camino".²²¹

Los acontecimientos políticos en los últimos tres sexenios y su relación con la prensa se han llevado a cabo en un marco de inestabilidad política, económica y social además de la ausencia de un verídico quehacer político democrático y la carencia de espíritu de servicio. El 70 por ciento de la información que se publica en los periódicos es generada por el Estado y no con los ciudadanos que aún reclaman la verdad de las acciones gubernamentales a la luz pública.

Durante este sexenio se propuso crear un Consejo Nacional de Comunicación Social para regular la publicidad, lo que reivindica explícitamente el requisito del secreto y elimina toda posibilidad de desarrollar a la luz pública exámenes de aceptación o rechazo de los ciudadanos acerca de decisiones de carácter público.

El 18 de septiembre de 1979, el Presidente de la Gran Comisión de la Cámara de Diputados de la LI Legislatura y ex director del diario *El Nacional*, licenciado Luis Farías, propuso que se efectuaran audiencias públicas con diferentes medios de comunicación, organismos políticos, periodistas, escritores, colegios de profesionales, etc.; para "recoger ideas, opiniones y puntos de vista para que los CC. Diputados estén en posibilidad de preparar el Proyecto de Ley Reglamentaria de la parte final del Artículo Sexto de la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos, referida al derecho a la Información".²²²

El secretario de Gobernación, profesor Enrique Olivares Santana, con motivo de la inauguración de la Vigésima Primera Semana Nacional de Radio y Televisión sobre el derecho a la información dijo que "ninguna reglamentación se puede concebir como un dique para limitar el ejercicio de la libertad de expresión".²²³

Sin embargo el gobierno no tuvo capacidad de convocatoria ya que hombres y mujeres del periodismo en sus diversas ramas de expresión, así como intelectuales y sociedad

²²¹ Dorantes, Gerardo; Arrache, Roberto; Molina, Silvia; Sotomayor, Germán; *Prensa y derecho a la información*, UNAM, México, 1980, pp. 454-455.

²²² Ibidem, Dorantes, Gerardo; Arrache, Roberto; Molina, Silvia; Sotomayor, Germán; p.464.

²²³ Ibidem, Dorantes, Gerardo; Arrache, Roberto; Molina, Silvia; Sotomayor, Germán; p.454.

civil involucrada en este tema no atendieron el llamado de González Guevara ya que consideraron que:

El secreto, que hace de los funcionarios secretarios y subsecretarios, es mal visto por la opinión pública, y no se la convencerá de que ocultar sus pasos sea el evidente signo de que quieren servir y no más bien perjudicar al ciudadano. A más de dejar en el vacío su constitucionalidad, González Guevara amenaza a la opinión pública diciéndole que la ley sobre el derecho a la información remachará el "derecho" al secreto, y a la clandestinidad de muchos excesos de los funcionarios públicos en todos los niveles".²²⁴

La reglamentación del Artículo 6° fue rechazada por el temor de las empresas de radio y televisión respecto a su expansión tecnológica, su limitación con el público, el control de la publicidad que "podría rebasar las normas éticas".

El rechazo más difundido y con argumentación más clara, es representado por el doctor Ignacio Burgoa, prestigioso jurista y maestro, quien considera que reglamentar el derecho a la información significaría violar la Constitución mexicana, la que en sus artículos sexto y séptimo consagra las garantías de libre expresión de las ideas... "El Congreso de la Unión sólo puede reglamentar el derecho a la información cuando se ejercita en la cinematografía, en la radio y la televisión, pero la imprenta es intocable".²²⁵

Sin embargo la oposición no fue al cien por ciento ya que la CTM y el Congreso del Trabajo reiteraron su apoyo e interés en participar en las audiencias sobre el derecho a la información. Los diputados Arturo Romo y Angel Olivo, este último vicepresidente del Congreso del Trabajo, coincidieron en lo siguiente:

La reglamentación sirve para evitar el carácter monopólico que tiene buena parte de los medios de comunicación de México y sobre su funcionamiento como voceros e instrumentos del gran capital mexicano y extranjero.

Las características que mayoritariamente tiene la estructura informativa del país explican, por sí mismas, que numerosos medios de comunicación actúen contra los intereses legítimos de los trabajadores.²²⁶

²²⁴ Ibidem, Dorantes, Gerardo; Arrache, Roberto; Molina, Silvia; Sotomayor, Germán; p.466.

²²⁵ Ibidem, Dorantes, Gerardo; Arrache, Roberto; Molina, Silvia; Sotomayor, Germán; p.467.

²²⁶ Ibidem, Dorantes, Gerardo; Arrache, Roberto; Molina, Silvia; Sotomayor, Germán; pp.490-491.

Relación sadomasoquista

Por Naranjo



Año 6, No. 293, 14 de junio de 1982. Suscripciones un año: DF, 1,800 pesos. Interior de la República, 1,800 pesos; resto del continente americano, 65 dólares USA; resto del mundo, 87 dólares USA. Servicios Informativos: **CISO-PROCESO** AFP, IPS Télex 17-76-331

5

3.7. Renovación moral y moral pública (1982-1988)

Miguel de la Madrid Hurtado heredó una seria crisis económica y política. Inició su mandato con acciones espectaculares que hicieron creer a la opinión pública el inicio de una nueva era de renovación moral, ejemplo de ello fue la encarcelación de funcionarios públicos como Jorge Díaz Serrano, ex director de PEMEX, y de Arturo Durazo Moreno, Jefe de la Policía del Distrito Federal en la era de José López Portillo, ambos acusados públicamente por enriquecimiento ilícito; con lo que se legitimó personalmente e incluso "por encima de su propio partido".²²⁷

Desde el inicio de su campaña despertó en la ciudadanía horizontes de moralización pública, lo que se vio más tarde cuando prohibió y censuró revistas, películas y demás materiales pornográficos entendiéndose esta decisión como una "base normativa y reguladora de las orientaciones de acción, que en el terreno ético-político Habermas llamaría *formación racional de la voluntad*".²²⁸

Miguel de la Madrid expresó:

Los medios deben remunerar adecuadamente a los periodistas profesionales. La credencial de periodista no debe ser patente para atacar o halagar arbitrariamente a funcionarios públicos, así como la función pública no debe ser patente para la publicidad personal pagada de quien la desempeña. En el cumplimiento de estos deberes está la clave contra el embute".²²⁹

Y así el 25 de marzo de 1982 comenzó la etapa a la que los medios de comunicación escritos y electrónicos llamarían *Ley mordaza*, con el fin de "evitar diversas conductas que desde el poder público contribuyen a la corrupción que se observa en algunos miembros de la comunidad de prensa o de medios de comunicación".

Reitero "las instrucciones que he girado a mis colaboradores para que la industria periodística nacional, en razón de su importancia decisiva en la orientación de la nación, sea considerada

²²⁷ Zaid, *op. cit.*, p. 53.

²²⁸ Lara, *op. cit.*, p. 113.

²²⁹ Marín, Carlos ; Rodríguez Castañeda, Rafael; "Las oficinas de prensa, centros de corrupción y control periodístico", *Proceso*, México, número 342, 23 de mayo de 1983, p.21.

como actividad prioritaria, y pueda contar con estímulos y apoyos en la medida que lo permitan nuestras dificultades generales, con el objeto de que se puedan obtener con mayor facilidad refacciones y equipos, materias primas y otros insumos, de manera que esta actividad vital para la conciencia nacional no solo sobreviva, sino se fortalezca y continúe su desarrollo en todo el país".²³⁰

Bajo el lema presidencial de la renovación moral, se inauguraron las jornadas electorales de quien fue designado Presidente de la Secretaría de Prensa y Propaganda del Partido Revolucionario Institucional, Miguel González Avelar, quien "distribuyó a raudales dinero a título de gratificación entre la mayoría de informadores integrada a la comitiva del candidato. Los primeros embutes promediaban 14 mil pesos para cada reportero por entidad visitada y hacia el final de la campaña se incrementaron a 25 mil pesos. Un cálculo aproximado revela que el PRI gastó 120 mil pesos diarios, 840 mil a la semana, 3 millones 360 mil pesos al mes, exclusivamente en el pago de embutes".²³¹

Con De la Madrid Hurtado, la prensa gozó de cierta estabilidad a pesar de lo sucedido en 1982, cuando el entonces Presidente pretendió articular la reflexión política y la historia de México para demostrar una renovación moral y transparencia en el ámbito de la opinión pública.

La presión hacia los periódicos se vio implícita cuando el 8 de diciembre de 1982 el costo del papel para imprimir periódico, distribuido por la empresa estatal PIPSA, aumentó su precio un 32 por ciento, sufriendo ajustes cada tres o seis meses según las variaciones de la paridad del peso frente al dólar estadounidense.

La constante presión de diversos grupos que vieron la oportunidad de participar en asuntos públicos, obligó a De la Madrid Hurtado a acotar los ámbitos de opinión y discusión censurando a la oposición y sobre todo a los medios de comunicación, ya que éstos constantemente hacían pública la corrupción de su gobierno en el rubro económico y los errores de conducción política que evidenció el movimiento telúrico de 1985, cuando

²³⁰ Marín, Carlos, Con el elogio mutuo, prensa y gobierno disfrazan su desconfianza, *Proceso* número 345, México, 13 de junio de 1983, p. 21.

²³¹ Marín, Carlos ; Rodríguez Castañeda, Rafael; "Las oficinas de prensa, centros de corrupción y control periodístico", *Proceso*, México, número 342, 23 de mayo de 1983, p.21.

la sociedad civil tuvo fuerte presencia ante la pérdida de confianza hacia el gobierno porque el apoyo material nacional e internacional (viveres, medicinas, cobijas, etc.) presuntamente fue desviado, constituyéndose así un nuevo ordenamiento social donde los individuos se asociaron propiciando una "tendencia al ensamblamiento de la esfera pública y el ámbito privado".²³²

La opinión pública es eficaz cuando alguien violaba las leyes, cuando había dudas entre la interpretación de las mismas y cuando surgía un conflicto o había que tomar una decisión sobre el comportamiento futuro o cuestiones de procedimiento.²³³

Aparte de estos lineamientos si algún periodista se expresaba mal de otra persona, atacándola por "daño moral", atribuyéndole actos o conductas ilegales o que atentaran contra su reputación o sus valores morales (como sentimientos, creencias o decoro) ante la sociedad, tendría la obligación de reparar el daño con una multa que podría variar según el grado de la ofensa y el juez que la determinara.

Paso seguido a esto, la Cámara de Senadores aprobó las reformas a los artículos 1916 y 2116 del Código Civil, pero le agregó un denominado "Bis" que estableció lo siguiente:

Artículo 1916 Bis. "No estará obligado a la reparación del daño moral quien ejerza su derecho de opinión, crítica, expresión o información, en los términos y con las limitaciones de los artículos 6 y 7 de la Constitución General de la República".

El 23 de diciembre de 1982 en la Cámara de Senadores se eliminó de las reformas deee Código Penal la que se refería al delito de deslealtad, considerando que ocultar información con el pretexto de que su circulación podría dañar al país podía impedir el libre flujo de información a la prensa. Finalmente, la llamada "ley moral" fue aprobada por el Congreso con una adición

²³² Agullar Villanueva, Luis. F., Una reconstrucción del concepto de opinión pública, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, número 130, año XXXII, Octubre-Diciembre 1987, p. 109.

²³³ Noelle-Neumann, Elisabeth, *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Paidós Comunicación, Barcelona, España, 1995, p. 139.

que exige a los periodistas de cualquier persecución injustificada por daño moral, cuando ejerzan su derecho en los términos que señala la Constitución.²³⁴

Uno de los aspectos más preocupantes de la creciente crisis política mexicana -escribió MMH al inicio de su administración- era "la incapacidad del gobierno de involucrar a la opinión pública con una política coherente de comunicación colectiva"²³⁵. Cabe destacar que el entonces líder de la UVyEPM, Enrique Gómez Corchado, entregó en 1986 a Miguel de la Madrid la medalla Libertad de Expresión por la conmemoración del Día de Voceador.

En junio y julio de 1983 se llevaron a cabo los Foros de Consulta Pública Popular en materia de Comunicación Social con el propósito de recoger opiniones, investigar y estudiar el tema de la comunicación social, así como proponer cuando proceda, la conveniente actualización y modernización en la legislación aplicable en la materia, convocados por la Comisión especial de Comunicación Social de la Cámara de Diputados.

Desarrollada en diez ciudades de la República Mexicana (Distrito federal, Mérida, León, Puebla, Oaxaca, Guadalajara, Zacatecas, Hermosillo, Monterrey y Tijuana), la consulta desglosó las participaciones en seis mesas en las que abordaron los siguientes temas: Estado, sociedad y medios de comunicación; Medios electrónicos; Medios impresos; Programación, agencias noticiosas y publicidad; Propiedad intelectual y derechos de autor; y Espectáculos, espacios culturales y recreativos.

Ciudadanos, investigadores, trabajadores y empresarios de los medios, periodistas, representantes de organizaciones sociales, entre otros, expusieron 621 ponencias que reúnen dos mil 758 propuestas tendientes a diseñar un nuevo marco jurídico en materia de comunicación social acorde a las necesidades y demandas sociales, a los avances tecnológicos, y a los actuales tiempos políticos.²³⁶

²³⁴ De la Madrid Hurtado, Miguel, *Renovación moral, Las razones y las obras, Gobierno de Miguel de la Madrid, Crónica del sexenio 1982-1988*. Primer año. Diciembre., p. 30

²³⁵ *ibid.*

²³⁶ *Revista Mexicana de Comunicación*, Suplemento Especial, Agenda para una nueva legislación en medios, México, mayo 1983, p. I.

En el evento destacó la necesidad de que la sociedad demandaba la reconstrucción del espacio público y la eliminación de prácticas excluyentes y autoritarias que se estaban gestando en ese sexenio. Los participantes pidieron que el gobierno aumentara la accesibilidad y la participación en el contenido y la gestión de los *mass-media*, así como la programación cultural y educativa, de la misma forma se pidió que limitara el monopolio privado, defendiera la soberanía cultural, se diera apoyo a la formación de profesionales de los media y descentralizara los mismos.

De la Madrid intentó abrir un espacio público donde las relaciones entre el Estado, la sociedad civil y la prensa pudiesen convivir bajo "una comunidad de comunicación"²³⁷ y un nivel con sentido común político; sin embargo, la endeble conducción política del gobierno hizo retroceder las acciones y buenas intenciones que en un principio se tuvieron, ya que se generó un vacío de poder tal, que la fuerza asumida por la sociedad civil conllevó al Estado a asumir posturas autoritarias y monopolizadoras del ejercicio del poder.

Entre las múltiples contradicciones de las acciones de Miguel de la Madrid fue la premiación a Francisco Huerta - "por su popular programa titulado Opinión Pública", dictaminó el jurado-- dado que desde agosto de 1982 ese programa fue liquidado por el gobierno (Proceso 303) de López Portillo, y hasta la fecha no ha vuelto a transmitirse. El reconocimiento gubernamental, cuando menos en este caso resulta grotesco, por más que el homenajeado haya dicho: "¡Es otra vida! El premio es el rescate de la opinión pública".²³⁸

El gobierno de Miguel de la Madrid creó un Sistema Nacional de Comunicación Social que descentralizaba a la radio, la televisión y la cinematografía. Dio un giro renovado al periódico *El Nacional* y fortaleció NOTIMEX, pero no contempló la saturación de emisiones estadounidenses vía cable en el país, que en los siguientes sexenios traería problemas de daño moral a la imagen y vida privada.

²³⁷ Jean-Louis Labarrière y Christian Lazzeri, *Teoría política y comunicación*, Barcelona, Editorial Gedisa, 1992, p. 202.

²³⁸ Marín, Carlos, Con el elogio mutuo, prensa y gobierno disfrazan su desconfianza, *Proceso*, número 345, México, 13 de junio de 1983, p. 20.

Bajo esta coyuntura la sociedad civil asumió la función de establecer la moral pública abanderando lenguajes de moralidad, responsabilidad y organización; cuestionar al Estado y obligarlo a compartir la responsabilidad política, así como orillar a dejar la situación de "exclusión de la esfera de la decisión política estatal"²³⁹, fue la constante que Miguel de la Madrid enfrentó gracias a la renovación moral que abanderó desde su campaña como candidato.

²³⁹ Rabotnikof, *op. cit.*, p. 43.

3.8. Globalización bárbara y las ilusiones de la opinión pública (1988-1994)

Carlos Salinas llegó a la Presidencia bajo una crisis de legitimidad y cuestionamientos de fraude electoral debido a la caída del sistema de cómputo en los comicios de 1988. Por ello siempre le preocupó mejorar la percepción que los mexicanos tenían de él. Para fortalecer su imagen se apoyó en los medios de comunicación, llevando a cabo actos no esperados en contra de la corrupción como diversos encarcelamientos. Cabe mencionar que dicho Mandatario aprovechó la discreta imagen y transparente actuación de su antecesor Miguel de la Madrid Hurtado para venderle a la opinión pública una imagen fuerte del nuevo Presidente. Por ello, el ímpetu, la dinamicidad y el discurso triunfalista y futurista comenzaron a despertar en la sociedad un sentimiento de visión modernizadora, una visión que parecía gritar que el país por fin pasaría a los territorios del primer mundo.

Durante el sexenio de Carlos Salinas el proceso globalizador también se orientó al plano de la información con enfoque económico, nacieron los periódicos *El Economista* y *Suma*, ambos especializados en materia económica-financiera como reflejo de la política del liberalismo social. En los seis años de gobierno de CSG la creación de una cultura política fue un tema recurrente, necesidad que se puso de manifiesto de manera constante en los medios de comunicación, en la prensa y en el mismo gobierno.

Fátima Fernández Christlieb menciona que "la historia de la prensa mexicana revela que la gran mayoría de los periódicos se han fundado en momentos de coyuntura política o ante la necesidad de expansión o adquisición de poder por parte de algún grupo empresarial. (...) Cada periódico responde a definidos intereses económicos o políticos".²⁴⁰

Como ya se mencionó todo apuntaba a pensar que México se encontraba en la antesala de formar parte de los países desarrollados; la presencia de Programa Nacional de Solidaridad (PRONASOL); su ardua labor en la construcción de buenas redes internacionales, la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) y las privatizaciones de empresas estatales, vendieron a la opinión pública nacional y extranjera la idea de renovación, de un clima de opinión del primer mundo.

²⁴⁰ Fernández, *op. cit.*, p. 69.

Pero este panorama optimista se consolidó gracias a que Salinas logró alcanzar consensos y utilizó a los medios de comunicación para promoverse como un estadista con visión, pues éstos le iban a permitir fortalecer por medio de la difusión su proyecto nacional y generacional. "Los medios fueron, en el sexenio 1988-1994, impulsores de una nueva imagen presidencial que recuperaba el autoritarismo extraviado en el periodo anterior, de la misma manera que proyectaba al titular del Ejecutivo a posiciones de relevancia internacional que no habían alcanzado sus antecesores".²⁴¹

Con el crecimiento económico de las empresas de comunicación durante el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, se tomaron industrias ajustadas para la producción en masa de "publicidad financiera revestida de información".²⁴²

Entre las privatizaciones del gobierno de CSG se llevó a cabo en 1994 la de PIPSA. Se procedió a ofrecer por separado la totalidad de los paquetes accionarios de las tres empresas que la conforman: Mexicana de Papel Periódico (MEXPAPE), Fábrica de Papel Tuxtepec (FAPATUX) y Productora Nacional de Papel Destintado. "Dicha propuesta salinista de privatizar PIPSA fue rebatida por *El Día, La Jornada y Unomásuno*".²⁴³

Durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari se hicieron dos movimientos importantes en el campo de la información: "se privatizó el consorcio estatal y, tras la licitación, se entregó a un grupo empresarial hasta entonces con giros comerciales lejanos a los medios, encabezado por Ricardo Salinas Pliego. También se creó el Canal 22 que tienen una amplia programación cultural con escasa audiencia".²⁴⁴

Al inicio de la campaña de Carlos Salinas de Gortari se anunció que se iban a suprimir los embutes, algunos reporteros protestaron y desafortunadamente ganaron. El día 22 de diciembre de 1992 se dieron lineamientos que pretendían tornar más transparente la relación prensa-gobierno. Un ejemplo de lo anterior fue que se reducían las partidas de

²⁴¹ Dalarbre, *Volver a los medios*, 1997, pp. 36-37.

²⁴² Joseph Folliet, *La información hoy y el derecho a la información*, Santander, Editorial Sal Terrae, 1972, p. 188.

²⁴³ Héctor Borrat, *El periódico, actor político*, p. 36.

²⁴⁴ Paoli Bolio, José Fco., "La tvdisputa", *El Financiero*, 11 de Julio de 1996.

publicidad y propaganda, la suspensión de viajes pagados a reporteros en las giras nacionales e internacionales de los funcionarios del poder público federal y la obligación de realizar pagos a través de cheques nominativos contra recibo de honorarios, en el caso de efectuar pagos a los periodistas.

El 5 de junio de 1993, Patrocinio González Garrido, Secretario de Gobernación, expresó durante el II Simposio Internacional de Editores de Periódicos Diarios:

"El Presidente Salinas de Gortari manifiesta que se requiere una información liberadora, veraz y estimulante, y de la construcción de formas superiores de comunicación, de lectores y audiencias libres, y de sociedades formadas en el pluralismo y en la tolerancia".²⁴⁵

González Garrido reconoció que tanto el gobierno como la prensa tienen responsabilidades comunes con la verdad, con la moral colectiva y la ética pública; pero ello se logrará con la consolidación de un régimen democrático y con el compromiso de la sociedad civil, la cual debe ejercer sus libertades plenas basadas en la ética de la responsabilidad.

"Es obligación del Estado proteger y preservar los espacios de creación, de ejercicio responsable y maduro de la crítica, en la medida de que todo ello se encuentra en el interés social. El quehacer de los medios es gravitar en torno a nuestra vida democrática contribuyendo a su perfeccionamiento. Prensa y gobierno estamos comprometidos con la estabilidad política y la paz social".²⁴⁶

Durante el sexenio de CSG se dio una disputa por el espacio público de la distribución y difusión de noticia. El conflicto entre el diario *Reforma* y la Unión de Voceadores y Expendedores de los Periódicos de México (UVyEPM) se generó porque éstos últimos desde hace muchos sexenios habían constituido un contubernio con el poder gubernamental. El origen de este conflicto data desde el primer día de la aparición del *Reforma* el 20 de noviembre de 1993, ya que la UVyEPM vio afectada su estructura

²⁴⁵ González Garrido, Patrocinio, "II Simposio Internacional de Editores de Periódicos Diarios", *El Nacional*, 5 de junio de 1993. Cfr. J. R. C., "Censura sin medida", *Semanario Motivos*, número 116, 11 de octubre de 1993. Pp.12-13.

²⁴⁶ *ibid.*

corporativa con el PRI y su capacidad de tener el dominio de las organizaciones sociales al ser cuestionada por sus 17 mil trabajadores afiliados.

Manuel Ramos Rivadeneira, líder de la UNyEPM durante este sexenio envió la orden de que se suspendiera la distribución de *Reforma* porque no estaba de acuerdo en que circulara este diario los días feriados; entonces Alejandro Junco, director general del diario anunció que su periódico abriría un nuevo canal de distribución; dicha acción se vio apoyada por trabajadores, colaboradores del medio impreso y sociedad en general; y salieron a vender el periódico a las calles en repudio de un Estado monopolizador y excluyente elevando el lenguaje moral que enarbolaba la libertad de expresión y reivindicando el espacio público, esto es, invitando al "juicio de la sociedad, es decir, de la colectividad que incluye a todos y que se expresa públicamente".²⁴⁷

Dichas acciones hicieron reaccionar a la Unión de Voceadores, quien declaró que no permitirían que *Reforma* distribuyera en las calles el producto noticioso. El tema se institucionalizó y alcanzó niveles de discusión en la Cámara de Diputados, a través de la Comisión Plural, quien asumió la función de mediadora en el conflicto, ya que la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal anunció que no intervendría porque ninguna de las partes representa una autoridad.

La institucionalización del tema hizo que miembros de la Unión y la Policía Federal de Caminos impidieron la venta de *Reforma* en la caseta de Cuemavaca; entonces los representantes del Partido Acción Nacional decidieron apoyar al diario afectado y salieron a vender periódicos a las calles; por su parte el PRD realizó una marcha como protesta por el bloqueo al diario e invitó a sus militantes a ser "microempresarios"; es decir, a que vendieran periódicos en la vía pública como medida de presión al gobierno para que dejara de acotar la esfera pública.

Todas estas actividades despertaron interés en la opinión pública extranjera, y los medios del exterior se pronunciaron en favor de la libre venta de periódicos en México. La Secretaría de Gobernación así como la Comisión Federal de Competencia, al ver que dicho conflicto tomaba dimensiones importantes intervino en el conflicto, porque "esa

²⁴⁷ Rabotnikof, *op. cit.*, p. 46.

crítica de la naciente sociedad civil impugnaba con fuerza el principio absolutista²⁴⁸ del Estado, y éste comenzaba a ganar la desaprobación de la opinión pública.

El clima político obligó al entonces Presidente de la República, Carlos Salinas de Gortari, que preocupado por su imagen y la percepción de la opinión pública nacional y sobre todo internacional, finalmente intervino y pidió a ambas partes a que resolvieran el conflicto mediante el diálogo, y aclaró que el gobierno no impediría los mecanismos de circulación que empleaba *Reforma*, constituyéndose así un triunfo de la sociedad organizada en la recuperación del espacio público, y por ende, en una reconstrucción del ámbito de la opinión pública.

El líder de la Unión de Voceadores, Manuel Ramos, mencionó que el diario no circularía por las calles de la ciudad capital hasta que se formalizara un convenio, y como medida de presión los voceadores de Nuevo León se solidarizaron con los del DF y no distribuyeron más los periódicos *El Norte de Monterrey* y *Reforma*; más dicho castigo duró poco porque algunos voceadores del Distrito Federal reconocieron el derecho del diario *Reforma* de venderse en las calles, e incluso invitaron a sus compañeros a promover activamente las publicaciones que ofrecían; esta situación no le agradó al secretario general de la Unión y declaró que el Presidente Salinas estaba mal informado sobre el conflicto.

No obstante que la opinión pública se anotaba un acierto a pesar de desarrollarse en un sistema excluyente y autoritario, el 22 de agosto de 1994 de nueva cuenta fue acotada ya que el periodista y conductor del noticiario *Enfoque*, de Estéreo Cien, Enrique Quintana, fue separado de la conducción del programa porque sostuvo una entrevista con Eduardo Valle, ex funcionario de la PGR; y donde se propició una fuerte polémica al involucrar el Cártel del Golfo con el homicidio de Luis Donald Colosio, en donde además salió involucrado en ex secretario de la SCT, Emilio Gamboa Patrón, propiciando este tema un clima de opinión desfavorable hacia la imagen de Salinas de Gortari.

Este ejemplo casuístico muestra la habilidad con que Carlos Salinas de Gortari recurría a los *mass media* para recuperar legitimidad y aprobación en la opinión pública, ya que al apoyarse en la prensa que siempre estaba con él en todas sus giras, sirviéndole al

²⁴⁸ *ibid.*, p. 45.

Ejecutivo como canales de promoción para forjar su imagen del desarrollo nacional. Más este protagonismo se violentó cuando a poco tiempo de abandonar el poder, en 1994, salió a la luz pública la crisis económica mejor conocida como *error de diciembre* y la ruptura del ya Ejecutivo en funciones Ernesto Zedillo con su antecesor exiliado en Europa.

En 1995 los medios de comunicación emitían el encarcelamiento del *hermano incómodo*, Raúl Salinas de Gortari, por presunta participación en el asesinato de José Francisco Ruiz Massieu, Secretario General del Partido Revolucionario Institucional (PRI) al salir de un desayuno. Carlos Salinas de nueva cuenta pretendió limpiar su imagen ante la opinión pública y en febrero de 1995 se comunicó al programa televisivo *24 Horas de la Tarde* para exculparse del error de diciembre, pero sin mencionar nada acerca de su hermano en el penal de Almoloya de Juárez.

Como menciona Elisabeth Noelle-Neumann los seres humanos:

Se dedican a observar el entorno por el riesgo de perder la estimación de los otros seres humanos; de ser rechazados, despreciados, de estar solos²⁴⁹... parece que el miedo al aislamiento es la fuerza que pone en marcha la espiral del silencio.²⁵⁰

El ex mandatario en reiteradas ocasiones quiso mostrar su fallido poder autoritario al recurrir desde Irlanda a los medios de comunicación, quienes a su vez le dieron la espalda negándole la oportunidad de reivindicarse ante los mexicanos y la opinión pública internacional.

²⁴⁹ Noelle-Neumann, Elisabeth, *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Paidós Comunicación, Barcelona, España, 1995, p. 63.

²⁵⁰ *Ibidem*, Noelle-Neumann, Elisabeth, p. 23. La espiral del silencio podría ser una de las formas de aparición de la opinión pública. Podría ser un proceso por el que creciera una opinión pública nueva, joven, o por el que se propagara el significado transformado de una opinión antigua. La idea central de la espiral del silencio: el hombre "difícilmente esperará o se arriesgará a introducir opiniones nuevas donde no conozca a nadie o a pocos que las compartan, y donde piense que todos los demás van a defender las que ya habían recibido", p. 298.

"La mañana del 1 de marzo llamó (CSG) por teléfono a varias estaciones de radio de la Ciudad de México, confiando en que sus palabras serían invariablemente bien recibidas, se encontró con que en un par de casos los locutores le tomaron la llamada sólo para increparlo al aire y, de manera ostentosa, colgarle la bocina. En otros casos, hubo conductores que presumieron de que Salinas no tendría acceso a sus micrófonos".²⁵¹

Carlos Salinas al percatarse de que estaba vetado por los medios de comunicación y que la percepción de la opinión pública repudiaba y descalificaba sus acciones, en marzo de 1995 informó, a través de Televisión Azteca y Televisa en el noticiero de Abraham Zabudovsky, su decisión de iniciar una huelga de hambre.

La atención de la opinión pública y las cámaras, micrófonos y reporteros se desplazaron a San Bernabé, Nuevo León; para transmitir la actuación austera y dramática de CSG, quien intentó recuperar legitimidad efectuando un ayuno con un escenario pobre; es decir, una habitación estilo *solidaridad* pero en lugar de conmovir a la opinión pública, despertó la mofa y exacerbó el resentimiento social hacia su malograda imagen personal.

A pesar de realizar actos desesperados, Carlos Salinas de Gortari no pudo controlar y disponer a su antojo de los medios de comunicación, ya que los *mass media* incluso llevaron a cabo una estrategia de descrédito para deslindar alguna relación con CSG. En el diario *El Universal* el 3 de mayo de 1995 sale a la luz pública un cintillo de ocho columnas afirmando lo siguiente: "Carlos Salinas, autor intelectual en el caso Colosio"; y con letras pequeñas en el sumario y en el *lead* se explicaba que era el resultado de una encuesta efectuada por ese medio a habitantes del Valle de México, lo que evidencia que en ocasiones los medios de comunicación utilizan la esfera pública para disputar el mercado de opiniones y su función como autoridad en el ejercicio del poder.

Independientemente que este periódico violentó su ética recurriendo al sensacionalismo, es claro que fue una jugarreta premeditada para negar los nexos del director de este diario con el extinto Presidente de México. "Juan Francisco Ealy Ortiz logró que Salinas, siendo presidente, se hiciera compadre suyo, el dato sería estrictamente del ámbito

²⁵¹ Trejo, *op. cit.*, pp. 38-39.

privado de esos personajes, de no ser porque el dueño de *El Universal* se empeñó en que fuera tomado, en su momento, como asunto político".²⁵²

Las campañas de desprestigio que llevaron a cabo los enemigos de Salinas superaron por mucho la campaña de defensa de la gestión gubernamental de Carlos Salinas de Gortari. Lo que preocupa aquí es que algunos medios de comunicación se prestaron para difundir la propaganda antisalinista y finalmente quien sufre la desinformación es la sociedad.

Los constantes cambios de gobernadores; los asesinatos del Cardenal Juan Jesús Posadas Ocampo; del candidato a la Presidencia de la República del PRI, Luis Donaldo Colosio; del Presidente del CEN del PRI, Mario Ruiz Massieu; y la aparición de la guerrilla en Chiapas representada por el EZLN, contribuyeron a cuestionar aún más su imagen y confirmar la ausencia de legitimidad ante la sociedad.

²⁵² *ibid.*, p. 46.

3.9. Modernización, transición y función política de la opinión pública (1994-2000)

El sexenio de Ernesto Zedillo Ponce de León reviste particular importancia porque confluyen factores electorales que determinan posibles consecuencias en la transición a la democracia, así como cambios en el subsistema de comunicación social gubernamental como la propuesta de privatizar PIPSA y desaparecer en 1998 el diario *El Nacional*. Para analizar el periodo concierne a Zedillo se requiere pensar el contexto de la sucesión presidencial del 2000, el diálogo entre el gobierno federal y el EZLN, entre otros temas. Se considera que estos elementos, de carácter indicativo, se deben tener presentes y no perderlos de vista porque si bien algunos son de carácter tradicional repetitivo, otros son de reciente consideración, como lo es la reforma política en los medios de comunicación, por lo que representan aspectos pendientes en la agenda gubernamental y de la prensa.

En el plano de las relaciones prensa-Estado la contienda electoral de 1994, evidenció la preocupación tanto del gobierno zedillista como de los *mass media* de consultar a la opinión pública a través de encuestas y sondeos con el fin de agendar en las políticas públicas y estrategias informativas, temáticas de importancia en la esfera pública.

El incremento en la aplicación de sondeos y encuestas de opinión, la incursión de expertos en las páginas editoriales y el desarrollo de los géneros periodísticos de opinión como la columna y el artículo tanto en la radio, la televisión y prensa escrita, así como el reconocimiento de la pluralidad de ideas en la esfera pública están impulsando el proceso de transición democrática en México y obligando al gobierno zedillista, a la sociedad civil y a los *mass media* que interactúan en la esfera pública, a constituir un país donde los ciudadanos impulsen ya la reflexión común y política sobre los fundamentos del orden social a fin de homogeneizar posturas con base en temáticas, que permitan participar democráticamente en el ejercicio del poder.

En el mandato de Ernesto Zedillo se visualiza una tendencia de corte radical por parte de grupos e intereses, lo cual refleja, por una parte, que en el país se está generando una correlación de fuerzas que disputan la esfera pública, y por otra, la presencia de grupos que buscan canales de participación para opinar y decidir en asuntos políticos de interés

general como la inseguridad pública, la pobreza, la violencia en todos los niveles y los crímenes políticos que hasta la fecha siguen sin solución.

Zedillo manifiesta que "precisamente algo que se han estado planteando los politólogos y los sociólogos es el problema de la relación entre opinión pública, medios y democracia"²⁵³. Reconoce que ha visto cuestiones extremas en donde afirma que los medios están minando a la democracia, a las bases de la democracia. Que "el desarrollo tecnológico que permite una interacción tan rápida entre medios y opinión pública, genera un fenómeno de cada vez una mayor demanda de información y de detalle que nos lleva a cuestionar la democracia representativa sin llevamos a la democracia directa y, por ende, al autoritarismo".²⁵⁴

El primer mandatario reconoce que debe hacerse una reflexión para volver a encontrar cuáles son los límites y los cauces de esa capacidad de información o de transmisión de información. Hoy en día en materia de información se enfrentan problemas éticos, juicios parciales, y situaciones en donde una vez de que se da a la opinión pública una imagen o un concepto, es muy difícil revertir los efectos que éstos causan.

Los estudios de los últimos años muestran que los medios también están perdiendo credibilidad, porque el mercado de la información está reaccionando. Todo esto es un problema de la globalización.²⁵⁵

Ernesto Zedillo dijo que "cuando hay información no contextualizada resulta muy fácil fomentar percepciones erróneas y negativas en la opinión pública". Él mismo reconoce que hay un problema de "honestidad intelectual". Espera que este asunto (honestidad intelectual) de valor civil sea esporádico. El Ejecutivo tiene la percepción de que entre los medios de comunicación y el gobierno, los primeros están en libertad de tener su percepción.

Los medios a través de sus editorialistas tienen la libertad y responsabilidad de externar sus percepciones. Existe una confusión entre percepción e información. Hoy existen

²⁵³ Reportaje, "Percepción e información", *Reforma*, 7 de Julio de 1996, pp. 22-23.

²⁵⁴ *ibid.*

²⁵⁵ *ibid.*

medios con un poder que nunca tuvieron en nuestro país. Esto es parte del cambio hacia una mejor democracia, pero el poder conlleva responsabilidades y, además, los poderes necesitan cierto equilibrio. Los medios de comunicación se supone que garantizan la transparencia informativa sobre los defectos y complicidades de la vida pública, pero contrariamente se han tornado en comparsas, solapadores de las acciones turbias y agentes calumniadores que, mediante pactos de obtención y distribución de información, manipulan la información con estrategias políticas.

Lo anterior desgasta a la opinión pública y le resta credibilidad porque no ven en la prensa al portavoz donde se puede amparar para ir al fondo de las investigaciones y contribuir a la consolidación e la cultura política, y que le permita tener la información para no prestarse a ser instrumentos propagandísticos y portavoces de grupos de poder y de interés.

El 8 de febrero de 1995 se conformó la Comisión Especial de Comunicación Social en la Cámara de Diputados con el propósito de presentar iniciativas de ley para actualizar la legislación en materia de comunicación social, que contemplen el punto de vista de la sociedad, el respeto y fortalecimiento de la libertad de expresión y de prensa que consagra la Constitución.

La polémica surge porque los medios de comunicación consideraban que se iba a regresar a la ley mordaza. Aunado a esta problemática hay que resaltar que a fines de marzo de 1995 el precio internacional del papel periódico aumentó en menos de cuatro meses 224 por ciento y la tinta encareció 150 por ciento.

El 23 de junio de 1996 por acuerdo del Presidente Ernesto Zedillo, Dionisio Pérez Jácome fue nombrado coordinador general de Comunicación Social del Gobierno Federal. El Secretario de Gobernación, Emilio Chuayffet Chemor, sostuvo que dicha Coordinación no implicaba ninguna estructura burocrática adicional ya que solo tenía a su cargo la coordinación de las siguientes instituciones: los Talleres Gráficos de México, Productora e Importadora de Papel (PIPSA), el periódico *El Nacional*, la revista *Tiempo*, Notimex, el Instituto Mexicano de la Radio, la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, y la Dirección General de Comunicación Social de Gobernación.

La Coordinación General de Comunicación Social del gobierno de la República se crea para atender eficazmente la obligación de informar por parte del gobierno Federal, "deber que es correlativo al derecho a la información" consagrada en la Constitución en favor del país, expresó Emilio Chuayffet, Secretario de Gobernación.

La diputada panista María Teresa Gómez Mont advirtió:

"Que entre los legisladores existe la preocupación de que la Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno Federal será una instancia de control, censura y represión".²⁵⁶

Otro suceso sonado que podría significar la construcción de la esfera pública bajo un régimen autoritario, fue la publicación en 1995 en el diario *Reforma* de la carta privada que Zedillo, como jefe de campaña presidencial priista, le envió a Luis Donald Colosio para recriminarle sus contactos con Cuauhtémoc Cárdenas, Manuel Camacho Solís y el PRD, y para sugerirle a Colosio Murrieta que hiciera un pacto político con Carlos Salinas de Gortari.

Ernesto Zedillo expresó el 3 de octubre de 1995 su "más profunda inconformidad" por la publicación que hizo *Reforma* de una carta escrita por él a Luis Donald Colosio, la cual consideró "estrictamente privada", violando "las más elementales reglas de la ética periodística" porque la carta "debió haber sido sustraída celosamente de los archivos del propio Lic. Colosio".

Las reacciones en torno a este suceso coincidieron en que se estaba generando un estado de lucha de facciones dominantes por el poder y pugnas dentro del PRI. En la población despertó un sentimiento de falta de credibilidad. Aunado a esto también la misiva afectó a Manuel Camacho Solís porque se decía que filtraba información al gobierno.

Manuel Camacho Solís, quien estaba urgido de rescatar el apoyo de la opinión pública por su actitud en el proceso electoral de 1994 donde le costó la vida a Luis Donald Colosio,

²⁵⁶ Chávez, Víctor, La Coordinación de Comunicación, primer caso para el control informativo: PAN y PRD, *El Financiero*, México, junio 28 de 1996, p. 7.

expresó que quería "un país donde se pueda escribir, hablar, caminar con tranquilidad; donde el poder no se manifieste a diario con sus recursos últimos y donde la fuerza del Estado proteja la seguridad, las libertades y derechos de todos".²⁵⁷

La fracción panista en la Cámara de Diputados expresaron que los hechos evidenciaban la necesidad de que los medios de comunicación y el gobierno debían suscribir un nuevo pacto social donde se hicieran a un lado las reglas no escritas que caracterizaban las actuales relaciones de la prensa con el poder, y que se tenían que dejar privilegios económicos y políticos de los que se han beneficiado muchos medios informativos.

Puntualizó que es necesario que se controlen los intentos del gobierno por intervenir en las líneas editoriales, ya que el gobierno y el PRI están cerrando el puño y endureciendo su posición contra todos los disidentes del sistema, sean partidos políticos, medios de comunicación o grupos sociales, en tanto era evidente que el gobierno está aplicando la fuerza del Estado contra quienes lo critican y cuestionan, y eso restringía las libertades, derechos y garantías individuales.

Preocupa por su imagen ante la opinión pública, Ernesto Zedillo expresó el pleno respeto del gobierno de la República hacia la rica diversidad de ideas de la nación; aseguró que era su responsabilidad y de los gobiernos estatales servir a todos los mexicanos, con independencia de sus convicciones políticas y partidistas.

En septiembre de 1996, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) solicitó a la Procuraduría General de la República (PGR) una orden de aprehensión contra José Francisco Ealy Ortiz, presidente y director General del diario *El Universal*, por presunto delito de evasión fiscal por 41 millones de pesos.

El jueves 12 del mismo mes la Policía Judicial Federal efectuó un operativo donde cerca de 50 agentes, con armas de alto poder, intentaron aprehender, sin éxito, a Ealy Ortiz. El día 13 se presentó voluntariamente ante la PGR, de donde fue puesto a disposición del juez 5 en el Reclusorio Norte, iniciando un proceso por defraudación fiscal. Luego de más de 10 horas de permanecer recluso y haberse cubierto una fianza por 14 millones 270 mil 859 pesos fue puesto en libertad bajo caución.

²⁵⁷ *ibid.*

Lo sucedido a Ealy provocó que la legisladora panista María Teresa Gómez Mont se interesara por abrir la temática de la legislación de medios de comunicación, y su discusión, por lo que convocó a la opinión pública a enviar propuestas y a los legisladores a indagar sobre el asunto, e hizo notorio ante la sociedad que el gobierno de Ernesto Zedillo "está ejerciendo una política de control informativo y que hay campañas contra personas y grupos políticos".²⁵⁸

Para concluir el análisis de casos, es importante no olvidar el proceso electoral de 1997, cuando se llevó a cabo el debate televisivo entre los principales candidatos a la Presidencia de la República entre los candidatos del PAN, PRI y PRD: Diego Fernández de Ceballos, Ernesto Zedillo Ponce de León y Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, respectivamente. Los medios de comunicación desempeñaron una función primordial el 21 de agosto de 1994, cuando Ernesto Zedillo fue electo Presidente de la República Mexicana, adelantándose incluso al conteo de los votos como fue el caso del diario *Reforma*.

El liderazgo de Ernesto Zedillo ha sido cuestionado por la opinión pública en lo relativo a que realmente no hubo una política de comunicación social gubernamental porque existieron infiltraciones de información que facilitaron la fuga de personajes públicos, esto es, los secretos de Estado fueron totalmente transparentes.

El proceso electoral de 1997 donde se eligió por primera vez al Gobernador del Distrito Federal, es un acontecimiento histórico de suma importancia en el mandato de Zedillo Ponce de León, pues aquí se mostró madurez política del régimen y la nueva función democratizadora de los medios de comunicación en la dinámica socio-política del país, así como el valor político de la opinión pública en la agenda gubernamental.

En época de elecciones se suscitan en el sistema tensiones económicas, sociales y políticas, ya que el régimen sufre adaptaciones por la incursión de nuevos actores y por las demandas a la esfera del poder. Bajo este esquema la opinión pública ha sido el

²⁵⁸ *ibid.*

principal medidor del ánimo socio-político prevaeciente en la capital de la República, pues la industria de la medición evidencia un aumento en la utilización de la encuesta.

Afirma Giovanni Sartori que “unas elecciones libres sin una opinión pública no expresan nada”²⁵⁹, tal parece ser la premisa principal de los comicios electorales que nos esperan, una participación activa por parte de la opinión pública.

En el plano de la comunicación el debate llevado a cabo el domingo 25 de mayo de 1997 entre los candidatos del Partido de la Revolución Democrática y el Revolucionario Institucional, Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano y Alfredo del Mazo González, respectivamente, el cual fue televisado y emitido a través de la radio, significó un reconocimiento más del Estado hacia la trascendencia de la comunicación política para recuperar la credibilidad (perdida por la restricción de la libre expresión y libertad de conocimiento) de los ciudadanos hacia las instituciones y el sistema de partidos.

El objetivo de las campañas electorales es precisamente no dejar tiempo para reflexionar hasta el momento de la decisión.²⁶⁰

Según el diario *La Jornada* (fundado el 19 de septiembre de 1984) una serie de encuestas realizadas después del debate televisivo por las empresas *Reforma*, *CEO*, *Cinco*, *Mori*, *Harris* y *Consulta*; Cuauhtémoc Cárdenas obtuvo el triunfo. Del Mazo intentó vender la imagen política ante la opinión pública de representar la honestidad y experiencia, e intentó opacar a su contrincante del PRD con sus colaboradores (Irma Serrano, Marco Rascón y Superbarrio).

Con motivo del Día de la Libertad de Expresión celebrado el sábado 7 de junio de 1997, la Asociación de Editores de Periódicos Diarios de la República Mexicana (AEDIRMEX) se reunieron con los siete aspirantes al gobierno capitalino, donde destacaron principalmente las declaraciones de los candidatos del PRI, PAN y PRD.

²⁵⁹ Giovanni Sartori, *Teoría de la democracia*, México, Alianza, 1978, p. 139.

²⁶⁰ Noelle-Neumann, Elisabeth, *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Paidós Comunicación, Barcelona, España, 1995, p. 171.

Durante el acto el representante del partido del Sol Azteca mostró preocupación por la democratización de las instituciones, relaciones y prácticas políticas en un marco donde están confluyendo nuevos actores y donde el Estado adquiere nuevos compromisos con la sociedad, de la cual surgen diversas posibilidades de expresión.

Alfredo del Mazo dentro de sus propuestas de campaña ofreció un gobierno comprometido con la moral pública. Carlos Castillo Peraza, candidato del PAN se autodefinió como "un periodista en la política, y por ahora un periodista en campaña".

Algo que cabe destacar es que el Día de la Libertad de Expresión, Ernesto Zedillo emitió su discurso durante el primer informe de labores de la doctora Mireille Roccatti, Presidenta de la Comisión de Derechos Humanos (CNDH); ambos coincidieron en que la "defensa de los derechos humanos fortalece la democracia" y el "ejercicio de las libertades".

Los temas prevaletentes en la opinión pública sobre la problemática del Distrito Federal son la contaminación, inseguridad y déficit de vivienda. Se dice que el número de defechos es de 4 millones 73 mil 720 (hombres) y 4 millones 409 mil 903 (mujeres), los cuales se encuentran concentrados en el máximo centro político del país, y a lo cual, el nuevo gobernador del Distrito Federal tendrá que poner atención, puesto que la opinión pública está poniendo atención en él.

El 2 de julio de 2000 representó un gran reto para el jefe del Ejecutivo ya que al reconocer a través de los medios de comunicación la victoria del candidato a la Presidencia de la República por parte del Partido Acción Nacional, Vicente Fox, la opinión pública moderó su postura respecto al mandato de Ernesto Zedillo. ".....El presidente se debatió entre dos situaciones contrarias, el triunfo de la democracia y la derrota de su partido.....Zedillo tenía todo el derecho de reivindicar de manera razonada.....su estilo y su ética personal de gobernar".²⁶¹

En la antesala de ocupar la primera magistratura por parte de Vicente Fox y el crecimiento en el Congreso del Partido Acción Nacional, no existía claridad del nuevo gobierno ni de

²⁶¹ Krause, Enrique, "Momento republicano", *Proceso* número 1244, 3 de septiembre de 2000, p. 18.

los legisladores blanquiazules respecto a la reforma del marco legal de los medios de comunicación. "La posición de Fox al respecto es más bien ambigua, y la de su vocera, Martha Sahagún, lo es más".²⁶²

"En la Tercera Conferencia Internacional "Medios de comunicación y procesos electorales, un compromiso para el futuro", celebrada en mayo de 2000 a instancias de la Cámara de Diputados, Fox aseguró que era preciso "poner al día", las leyes e instituciones en la materia, pero enseguida hizo suya la posición del gobierno de Ernesto Zedillo:

"Para mí siempre es más importante la libertad amplia de los medios de comunicación que sujetarles a un marco legal restrictivo y que, sobre todo, pudiera argumentarse que esté en contra de la libertad de expresión".

"Aún así, reconoció que "la transparencia, la rendición de cuentas y la información" son sustento de la democracia".

El 6 de noviembre de 2000 el periódico Reforma publicó el documento titulado "Política de Comunicación del Gobierno Federal 2000-2006", preparado por los equipos de Martha Sahagún, donde informaron que el gobierno del actual Presidente de la República electo de Vicente Fox pretendía concentrar el manejo de la información y publicidad oficial²⁶³, a través de una Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia.

²⁶² Delgado, Alvaro, "Legislar o no en comunicación, de nuevo a debate", *Proceso* número 1244, 3 de septiembre de 2000, p. 35.

²⁶³ Fernando Mejía Barquera menciona en la revista *Etcétera* de noviembre de 2000, que actualmente, los medios estatales dependen fundamentalmente del subsidio, proveniente de recursos fiscales que les asigna el gobierno. Radio Educación, por ejemplo, tiene para el año 2000 un presupuesto de 29 millones 663 mil 845 pesos, de los cuales 26 millones 94 mil 800 provienen del subsidio gubernamental y tres millones 569 mil 845 de recursos obtenidos por la propia emisora. El Canal 11, por su parte, manejó en 1999 un presupuesto integrado por 148 millones 828 mil pesos provenientes de recursos fiscales (77.4% del total) y 43 millones 415 mil pesos (22.4% del total) de recursos "autogenerados". Este canal, por cierto, ha realizado en la presente década un agresivo proyecto de patrocinios en el que ha captado el interés de grandes empresas, entre otras, Bancomer, American Express, Avon, Bacardí, Banco Bilbao Vizcaya, Castrol, Columbia, Telmex, IBM, Inverlat, Liverpool y Cervecería Modelo. P. 51.

Definirá las estrategias y hasta la selección de las pautas comerciales para difundir los promocionales de todos los organismos de Gobierno. Se pondrá énfasis en mejorar el uso de recursos públicos y, para ello, la misma Coordinación verificará cómo y cuánto se gasta en publicidad.²⁶⁴

El anteproyecto subraya que el nuevo Gobierno tiene claro que los medios son un negocio. "No estamos en contra de su derecho lícito de obtener utilidades... Sin embargo, es claro que los medios también tiene una responsabilidad social".

De acuerdo con la propuesta, la entidad concentradora de la comunicación oficial definirá también qué información se difunde y de qué manera se hace. Incluso, determinarán qué información no debe ser pública por –dice- "razones de Estado", como pueden ser las negociaciones internacionales, la seguridad nacional, narcotráfico o corrupción.

Además, esa Coordinación revisará la operación de los medios del Gobierno, como la agencia de noticias Notimex, el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) y la dirección de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC).

Estas dependencias seguirán dentro del organigrama de la Secretaría de Gobernación, pero la política la dictaría la Presidencia de la República.

Esta coordinación no controlará la política de comunicación de Secretarías y paraestatales, aunque sí conducirá la información gubernamental que lo harán con eficiencia, eficacia, transparencia y oportunidad.

La nueva dependencia mantendrá las direcciones de Información y Medios Nacionales, Medios Internacionales, Análisis y Monitoreo, y contará con una nueva área: Relación Intersecretarial, para "conducir el mensaje que maneje cualquier Secretaría".

La estrategia propone una línea 01-800 para que cualquier ciudadano pueda comunicarse con los funcionarios, aumentar el uso de internet²⁶⁵ y regularizar las encuestas como vías para conocer la opinión ciudadana.

²⁶⁴ Moreno, Daniel, Concentrarán en los Pinos información y publicidad, *Reforma*, año 7, número 2521, 6 de noviembre de 2000, México, D. F. Primera Plana.

²⁶⁵ Cuando hace apenas cincuenta años de su aparición, la televisión ya ha sido declarada obsoleta. Las nuevas fronteras son Internet y el ciberespacio, y el nuevo lema es "ser digitales".

La política de comunicación del gobierno de Vicente Fox se basará en el derecho ciudadano a saber y a participar en las decisiones públicas, y no buscará limitar o coartar la libertad de expresión.

Sin embargo al día siguiente, 7 de noviembre, los Diputados panistas dieron a conocer un proyecto para reformar la Ley de la Administración Pública, donde los medios oficiales Notimex, IMER y RTC dejarían de ser manejados por la Secretaría de Gobernación.

La coordinación de los medios de comunicación gubernamentales, que corresponde al Sistema Nacional de Medios, será ubicada en el organigrama de la Secretaría de Educación Pública. Reafirma que corresponde legítimamente a la Presidencia y no a Gobernación asumir las funciones para manejar la información oficial que emita el Ejecutivo, a través de una Coordinación General de Comunicación Social.²⁶⁶

El 8 de noviembre, a pocos días de la toma de posesión de Vicente Fox a la Presidencia de la República, pareció darse un acuerdo entre la vocera Martha Sahagún y su equipo y los Diputados blanquiazules.

En una decisión tomada "en consenso" entre el equipo foxista y la Diputación federal del PAN, se determinó que la Secretaría de Gobernación conservará las facultades relacionadas con el manejo de la política de comunicación del Gobierno Federal.²⁶⁷

Sartori Giovanni, *Homo videns, La sociedad teledirigida*, Taurus, México, septiembre de 2000, p. 53.

²⁶⁶ López, Mayolo, Quieren a medios oficiales dependientes de la SEP, *Reforma*, México, D. F., 8 de noviembre de 2000, primera plana.

²⁶⁷ López, Mayolo, Modifican panistas proyecto de Sahagún, *Reforma*, México, D. F., 9 de noviembre de 2000, primera Pág.

Parece que hay preocupación por establecer una política de comunicación social gubernamental para el periodo 2000-2006, con el fin de atender temáticas urgentes y de seguridad nacional bajo la idea de la "confidencialidad", así como dar transparencia a la opinión pública nacional e internacional acerca de los actos de gobierno.

Después de este recorrido se puede concluir lo siguiente: los medios de comunicación, a través de sus editorialistas, articulistas y columnistas han tenido la libertad y responsabilidad de externar sus percepciones sobre asuntos de interés general. El incremento de sondeos y encuestas de opinión, la incursión de expertos en las páginas editoriales y el desarrollo del nuevo periodismo o periodismo de investigación, así como el reconocimiento de la pluralidad de ideas en la esfera pública están impulsando el proceso de transición democrática en México y obligando al gobierno y a los medios de comunicación a interactuar en la esfera pública para construir un país donde los ciudadanos reflexionan asuntos que afectan su entorno.

CAPÍTULO IV

ALCANCES Y LIMITANTES DE LA POLÍTICA GUBERNAMENTAL Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO

Estoy en desacuerdo con lo que dices,
pero daría mi vida por defender tu derecho de decirlo.

Voltaire

4.1. El entorno de la transición política

A fines de siglo, pareciera que dentro del sistema global mexicano se generan fenómenos, en los sistemas político y social, reflejados en situaciones como la modificación de la participación, discusión y decisión sobre asuntos de interés general.

El desarrollo de una renovada cultura política, que lleva directamente a un nuevo contrato social, que propone un orden a través de un poder moral de las acciones de un régimen político que se ha caracterizado por ser autoritario. Un régimen que se caracteriza por hacer política con metodologías técnicas y administrativas, sin poner en marcha un sistema de diálogo y negociación que refrende y permita fusionar la legitimidad y el consenso. Con ello, se fortalece el Congreso como ente con poder de opinión, con saber razonado, y que a la opinión pública la incluya en la toma de decisiones no tan ilustradas pero con sustento tradicional.

En México se está transitando del sistema de comunicación unilateral a un modelo de consenso, discusión y deliberación sobre asuntos políticos, sociales, económicos y culturales. Hay un reconocimiento de la pluralidad de puntos de vista que se expresan en favor o en contra de variadas temáticas. Se comienza a tomar conciencia del entorno interconectado y polifuncional de las comunicaciones, la necesidad de los diversos actores interrelacionados en este proceso obliga a adquirir una visión globalizadora.

El entorno político donde se desenvuelve México se determina por la toma de nuevas funciones de los actores involucrados, como el Estado y los medios de comunicación,

quienes se encuentran en un proceso de construcción del ámbito de la opinión pública y de la esfera pública.

El proceso globalizador que afecta directamente al campo de la información, ha hecho aparecer diversas características en los estados modernos que obligan a pensar en el establecimiento de un nuevo orden informativo, sustentado en comunicaciones políticas que reflejen con veracidad las acciones de los grupos en disputa por el poder.

Estas transformaciones suscitadas en torno a la esfera de la comunicación están evidenciando cambios estructurales en el sistema donde la interrelación de la opinión pública como intermediadora entre el Estado y los *mass media* busca, a través de las acciones del habla consensada, la capacidad de decisión e influencia en asuntos de gobierno.

De la misma forma, se busca conjuntar intereses comunes entre la pluralidad de la sociedad. De este modo, se organiza a un Estado que tiene la rectoría en el rubro de la información, acotando la participación equitativa de los receptores que están sujetos a estrategias informativas que persuaden a los auditorios con opiniones entrecruzadas y superpuestas; así como con la imposición sublime y sutil de sistemas de identificación con lenguaje metalingüístico, uniforme y universal, que responda a los intereses de la clase dominante.

Este panorama no permite conformar una opinión pública moderna que represente un contrapeso real a los programas y decisiones de gobierno. En México, la sociedad está desinformada y sólo reproduce opiniones parciales que han desatado una serie de rumores y especulaciones que conllevan a la incertidumbre y fragmentación de los intereses colectivos en intereses particulares.

Ante ello se analizan las estrategias de los diversos grupos de poder y su función dentro del sistema informativo para construir el ámbito de la opinión pública; así como la actitud gubernamental manifestada en torno a la formación de una opinión pública institucionalizada. Es decir limitada en su capacidad de seleccionar con libertad sus temas de reflexión, característica necesaria para la legitimación de programas de gobierno.

"Los medios de comunicación, en su mayoría, se han convertido en formadores de opinión política, pero no de opinión pública. Aunque hay excepciones la gran mayoría de los medios considera -porque así actúan- que lo más importante es informar sólo aquello que les permita salvar de la mejor manera posible sus relaciones con el gobierno. Lo que piensan los lectores, radioescuchas y televidentes, es secundario".²⁶⁸

Los medios de comunicación en México no cumplen con el papel que la sociedad ha pensado para ellos originalmente. Esto es, una función que tiene que ver con el manejo de la información de una manera objetiva, que refleje el sentir generalizado de la gran mayoría que conforma al grueso de la población. Se han visto como elementos inamovibles dentro del esquema que el manejo de la información, para la conservación del poder, ha establecido en aras de mantener un *status* político que les permita proseguir como actores en el ejercicio del poder.

Los medios de comunicación han olvidado su función pública primaria, es decir, informar y educar. En la actualidad su papel como elemento socializante y articulador entre gobernantes y gobernados se limita sólo a establecer estrategias informativas con los ya mencionados grupos de poder, presión e interés. Por ello, se hace evidente que las necesidades de los receptores, como integrantes fundamentales de la opinión pública, parecen no interesar en la reproducción de información; en tanto los *mass media* no tomen conciencia de que su función, en este entorno de incertidumbre, hostilidad y competitividad, es interconectar a los diversos grupos sociales del país.

El entorno bajo el que se desenvuelve la opinión pública en México se caracteriza por una serie de sucesos sociales de actores que buscan el reconocimiento de sus derechos políticos fundamentales como la asociación y libre expresión de sus ideas.

Lo ideal es debatir y reflexionar, en espacios públicos, con la participación de todos los ciudadanos. No sólo discutir en ámbitos como el Congreso o las universidades, límites que conllevan a la monopolización informativa y a la conformación de una oligarquía, supuestamente ilustrada, que crea un entorno de incertidumbre e inestabilidad aumentando el valor y poder de la información. Se llegan a utilizar recursos de

²⁶⁸ Omar Raúl Martínez, "Insustancial la oferta informativa de la prensa: Riva Palacio", *Revista mexicana de comunicación*, 1995, pp.32-34.

información que son de interés público y que pasan a ser de interés privado, como el ocultamiento de la misma.

La inestabilidad es el primer rasgo del funcionamiento de un país en modernización tardía, donde las estructuras sociales están desequilibradas, incomunicadas y carentes de movilidad vertical. Esto es, la posibilidad de las clases bajas o de un nivel económico inferior para acceder al siguiente. La escasa movilidad es por un deficiente nivel de educación e instrucción de las masas que tienden a ser fijadas otorgando cierta estabilidad (por inmovilidad) al sistema.

El proceso globalizador²⁶⁹ es otro aspecto que apunta a crear vínculos simbólicos y emocionales que reflejan estereotipos de la clase dominante que busca expandir y conquistar mercados de la opinión pública internacional.

En este panorama la transición política en México está creando vínculos de dependencia con grandes empresas extranjeras dedicadas a la comunicación, cuyos objetivos son establecer contactos para implantar las aspiraciones colectivas bajo niveles de vida europeas y estadounidenses.

Esta búsqueda insaciable de rentabilidad social es la meta de grupos de poder que se disputan el mercado político de ideas y conceptos para fabricar imágenes públicas que sustenten y legitimen sus proyectos hegemónicos. El peligro político de la democracia de masas para el Estado reside en una opinión pública que se rige por elementos emocionales.

La reforma política en México se percibe por el interés de diversos actores por intervenir en la vida pública como fuerzas organizadas y alternativas de acción política. Se constituye así un nuevo esquema de relaciones entre el Estado y la sociedad en general. Se debe pensar también en nuevas formas de entender la democracia, esto es, la

²⁶⁹ Por proceso globalizador se entienden los mecanismos utilizados por el orden económico mundial para crear una sensación de unidad acerca de los procesos económicos particulares de los países, el proceso globalizador apunta hacia una integración económica de nivel mundial, sin embargo, implica también una visión global de las situaciones particulares de estos países, por lo que la opinión pública en nivel mundial también se está construyendo.

búsqueda de nuevos caminos como la refundación de renovados pensamientos que impulsen a los "sujetos capaces de enjuiciar con competencia y autoconciencia"²⁷⁰ a participar en lo público.

Esta reforma busca basar la democracia bajo el establecimiento del consenso como generador de certidumbre, estabilidad y competencia equitativa y transparente, así como también crear una nueva cultura política democrática que consolide el debate público de temas e interés general; para comprender esto, el siguiente apartado ahondará en qué consiste la reforma política específicamente en el rubro de los medios de comunicación.

²⁷⁰ Jürgen Habermas, *Conciencia moral y acción comunicativa*, México, Península, 1991, p. 139.

4.2. Reforma del Estado y democratización: el papel de los medios de comunicación

México se desenvuelve en el marco de un replanteamiento de esquemas políticos y económicos; así como de cambios generados en los comportamientos que demandan una transformación democrática de las esferas de la vida nacional. Aquí, la información constituye un instrumento catalizador y los medios de comunicación desempeñan la función de construir los bienes culturales de reflexión y difusión indispensables en una democracia.

El concurso de la información implica el compromiso de las políticas y la noción de cambio. La modernización como un proceso global de las sociedades contemporáneas exige un Estado que dirija las decisiones y no sólo sea un mecanismo de control, sino que abra espacios para propiciar la participación política. No existe democracia, ni Estado moderno sin opinión pública, entendida ésta como una expresión de la pluralidad de la sociedad.

La modernización política suscitada en México se refiere a la "democratización: estabilidad política que conlleva a la diferenciación estructural, al surgimiento de pautas de integración nacional, y a la realización y participación de los grupos sociales; es decir, al desarrollo de nuevas instituciones políticas a través del aumento de conciencia, coherencia, organización y acción de muchas fuerzas sociales".²⁷¹

Desde que el Estado mexicano vio que la prensa representa un punto neurálgico en la vida del país, las políticas y estrategias de Estado se orientaron a la censura de la labor informativa para preservar el *status quo* y evitar actitudes contestatarias que pongan en entredicho su legitimidad.

Cabe destacar que el Estado tiene la función de generar el ámbito de la privacidad y de la tutela; en este último punto en materia penal y de derechos humanos tiene la obligación de hacer respetar la intimidad, dar seguridad y proteger el honor de los ciudadanos y regular la vida privada. Asimismo, la obligación de tutelar el sistema de relaciones sociales sobre el cual se apoya la convivencia de los ciudadanos.

²⁷¹ Huntington Samuel, *El orden político en las sociedades en cambio*, p. 180.

Es por ello que en México se lleva a cabo una nueva realidad política que trasciende ya al plano de los *mass media*, los cuales bajo el principio de equidad buscan elevar al plano institucional los derechos de réplica, rectificación, reclamación y aclaración; así como remarcar la libertad de expresión y derecho a la información en lo relativo a las concesiones, eliminación de monopolios y rescate de una ética profesional que "garantice la imparcialidad de la formación del juicio".²⁷²

Debemos tomar en cuenta que una de las formas en las que se puede llegar a obtener una sociedad justa y democrática tiene que ver con garantizar a todos los individuos la misma capacidad de opinión y discusión de temas de carácter público. Sin embargo, como hemos visto, la forma en como esta discusión se lleva a cabo tiene que ver con la posición de los medios de comunicación dentro del esquema del Estado.

Garantizar el derecho a la opinión generalizada y libre de censura implica al mismo tiempo garantizar que la opinión derivada de esta libertad tenga la suficiente objetividad como para que la opinión pública generada se refleje en los medios y no que éstos sean los creadores de una opinión pública ávida de consenso.

En México no existen normas jurídicas que contemplen delitos periodísticos, lo que significa que son los mismos medios de comunicación los que tienen que crear los mecanismos necesarios para evitar un mal manejo de la información. La autorregulación de los medios tiene que ser lo suficientemente rígida como para evitar, por un lado, el ataque sin fundamentos y, por el otro, la difusión de información falsa o tendenciosas.

No puede hablarse de democracia si existe una prensa sin garantías suficientes que avalen el libre desarrollo de su labor; la cual consiste en ser objetiva, imparcial, respetar el secreto profesional, no incurrir en la calumnia y la difamación, y no entrometerse en la vida privada. Por el contrario el respeto al público es primordial, por lo que se debe verificar y sustentar con pruebas los hechos difundidos, defender la paz pública, promover la cultura cívica, omitir ideologías en sus mensajes y no representar intereses privados de actores políticos ubicados en sitios cupulares.

²⁷² Habermas, *op. cit.*, p. 143.

Por democratización entendemos los procesos en que las normas y procedimientos de la ciudadanía son, o bien aplicados a instituciones políticas regidas por otros principios, o bien ampliados de modo de incluir a individuos que antes gozaban de tales derechos y obligaciones o para abarcar problemas e instituciones que antes no participaban en la vida política.²⁷³

Por ejemplo, la Ley Federal de Telecomunicaciones tiene espacios que conllevan a la creación de monopolios. Esta legislación, resultado de las negociaciones dentro del Tratado de Libre Comercio no permite una secuencia lógica, en tanto no se está proponiendo una ley de acuerdo a las necesidades de la opinión pública nacional, sino que se está adaptando a las disposiciones ya establecidas en un tratado de carácter comercial.

La forma cómo se organizan los medios de comunicación más influyentes, así como el consumo de mensajes y la estructura monopólica y vertical de la prensa, en nada influyen en la democratización de los espacios informativos mediante la competencia y la participación de nuevos actores.

Los controles gubernamentales sobre la prensa han disminuido con las intenciones de Ernesto Zedillo, al cual le toca consolidar esta reforma de Estado en el rubro de la comunicación.

La prensa puede ser un poderoso y útil contrapeso que permite dar una imagen democrática. La mano dura es disimulada con la naciente influencia de nuevas estrategias de cobertura informativa. "El gobierno solía dar órdenes; ahora ofrece sugerencias". Sigue existiendo en México "un sistema autoritario; sin embargo, los medios de comunicación están estableciendo su autonomía", expresó un alto funcionario de la televisión.²⁷⁴ La prensa es un instrumento de información que propicia el debate de los grupos inmersos en el acontecer político.

²⁷³ Cfr. Carlos Ramírez Fuentes, *La reforma institucional como prerrequisito para la transición a la democracia en México*, p. 180.

²⁷⁴ Sergio Aguayo, *La prensa mexicana, La Jornada, 16 de agosto de 1996, p. 10.*

El debate y la exposición son capaces de conllevar tanto al diálogo, como al chantaje y a la confrontación de la clase política. Los periodistas son los encargados de hacer valer la voluntad política, la libertad de expresión y el derecho a la información. Principios esenciales para la existencia de una prensa libre y democrática, en beneficio y en nombre de la opinión pública.

Los periodistas contraen una responsabilidad moral, política y jurídica; asimismo deben propiciar en la opinión pública la inquietud de la participación y movilización ciudadana en asuntos de interés general. De este modo se ejerce presión y se obtiene respuesta a demandas, de la misma forma se debe impulsar el desarrollo en la educación y en la información.

Esta posición reconoce la imperiosa necesidad de regresarle al Congreso el poder y fuerza para opinar y establecer un sistema de diálogo -como diría Habermas-; así como fortalecer el proceso de argumentación y reconstrucción (derecho de réplica) a los ciudadanos en el momento en que deseen emitir opiniones particulares sobre temas generales. De la misma forma se debe permitir que sean éstos los que seleccionen las informaciones que más les converjan sobre la diversidad de temas, y darles a éstas el sentido y dirección según la inclinación y/o gusto.

El esfuerzo se está haciendo, y muestra de ello es que los medios están impulsando el debate de temas generalizados y ofrecen opciones selectivas a todo tipo de público (Cable, Multivisión, SKY)²⁷⁵, e incluyen en la programación mesas redondas con invitados que representan liderazgo en la opinión pública para que ésta forme juicios basados en el sentido común y juicio moral, o como menciona Habermas "Los juicios morales únicamente pueden medirse según las pautas de racionalidad y valores de la cultura".²⁷⁶

²⁷⁵ Sin embargo se deben de tomar en cuenta que las opciones nuevas que surgen dentro del panorama informativo de medios electrónicos responden a necesidades de públicos específicos, las opciones señaladas corresponden a medios de paga, esto es, que los servicios que estos medios ofrecen no están al alcance de todos los integrantes de la sociedad, sino del grupo que puede pagar la prestación de estos servicios, conviene por tanto plantear los cambios que se están haciendo en las políticas informativas de los medios electrónicos de señal abierta, cosa que se analizará más adelante.

²⁷⁶ Habermas, *op. cit.*, p. 142.

El alcance de estas modificaciones de los medios en su postura editorial se percibe en que se ha avanzado en esta etapa de transición a la democracia en lo relativo a que la opinión pública consta de un peso específico en el interés de grupos políticos, los cuales abren canales donde la opinión pública selecciona y escoge libremente información tematizada, es decir, tiene opciones (public choice) para recibir la información deseada aunque las únicas limitantes son las económicas impuestas por el nuevo proceso de interacción de televisión restringida donde se paga a una empresa y/o servidor.

Los medios de comunicación están sustituyendo lo que otrora fue la plaza pública y agendando conjuntos de temas que la opinión pública selecciona dentro de la gran gama de opciones informativas, contribuyendo con esta labor a que la opinión pública sea el ámbito que legitima normas, reclamos y demandas sociales. Mas esta función no es del todo real en la acción ya que enfrentan la grave crisis, al igual que el Estado, de la desconfianza que en nuestro país se asienta en una tradición secular, colonial y posteriormente independiente, donde no se crea una conciencia ciudadana, responsable y participativa.

Durante una entrevista con el periodista Ricardo Rocha para el programa Detrás de la Noticia el 4 de agosto de 1996, Alberto Anaya, dirigente del Partido del Trabajo, expresó que él demandaría de los medios de comunicación "objetividad" e "imparcialidad" para que existiese "competencia" entre las televisoras; asimismo, se pronunció por un reparto equitativo de los espacios en los medios para los partidos en tiempos ordinarios y electorales.

Ya se ha hablado de la función de los medios de comunicación para la democratización del país, pero para alcanzar dicha meta también se requiere, como ya se mencionó también, una reforma del Estado y en qué consiste ésta, específicamente en el problema que representa el rubro de las concesiones. En este aspecto para consolidar una verdadera democracia en los medios se necesita hacer ajustes de modo específico a las concesiones de la televisión.

Para concluir este apartado es de suma trascendencia destacar que dentro de la reforma del Estado, el rubro tecnológico rebasó las políticas gubernamentales. Los avances

tecnológicos en la prensa podrían propiciar una mayor cobertura de la educación, y de esta manera abatir la desigualdad, la ignorancia y la desesperanza, pues lo anterior es lo que detiene al país a que se encamine a una verdadera democracia. Ésta se puede construir con una adecuada comunicación que facilite la vinculación entre el gobierno y los gobernados, construyendo sólidos canales y estructuras de comunicación.

El desarrollo de la comunicación transnacional de la red internet ha contribuido a que las fronteras de intercambio informativo rebasen espacios y al establecimiento de lazos intercomunicantes entre los usuarios, quienes ahora tienen la posibilidad de seleccionar el tipo de información particularmente deseada en cualquier momento y país. Pero el libre acceso informativo e interrelaciones que se generan en torno a este adelanto de las telecomunicaciones es una preocupación para los gobiernos, quienes se ven rebasados en el control del flujo informativo de este medio de comunicación.²⁷⁷

La red Internet comienza a enfrentar presiones de los gobiernos, los cuales consideran necesario redoblar los esfuerzos para legislarla y controlarla. Este novedoso medio de comunicación rebasó ya ámbitos como el académico y el militar; es el canal de mayor información en todo el mundo, pero ahora los gobiernos buscan controlar los servicios y cobrar impuestos de este servicio.

La problemática para legislar el Internet es difícil porque se transgreden los derechos constitucionales relativos a la libertad de seleccionar información y de expresión. En Estados Unidos ya se cobran impuestos indirectos por el uso y la distribución de información virtual.²⁷⁸ Sin embargo en México este medio de comunicación carece de total

²⁷⁷ Se deben tomar en cuenta, nuevamente, que estos canales alternativos de comunicación enfrentan el problema de accesibilidad por parte de la mayoría de los integrantes de la sociedad, establecer un canal de comunicación por medio de redes de comunicación electrónica como Internet tiene desde el principio que prever que la posibilidad de tal comunicación reside en la capacidad de adquisición o uso del equipo necesario para poder establecer tal comunicación el cual está, de nueva cuenta, en manos de los que pueden pagar este servicio.

²⁷⁸ Realidad virtual se refiere "al desarrollo tecnológico que tienen sus antecedentes en los años setenta en el campo de la industria militar. La intención primera de este complejo desarrollo fue para matar mejor y más rápido, sin afectar el capital circundante (como fábricas o edificios). El

normatividad y por ende control, por lo que se están generando ya situaciones de violación a la privacidad. "Reglamentar el Internet violaría los artículos VI y VII de la Carta Magna e implicaría caer en un autoritarismo informativo".²⁷⁹

En Estados Unidos cerca de 20 millones de personas están conectadas con la red Internet, en México menos de un millón de usuarios. En el país vecino del norte, la dirigencia política expresó preocupación por la falta de límites en Internet, por ello buscan reglamentar su utilización, enfrentando a grupos empresariales opositores a la legislación de la red.

En nuestro país las empresas dedicadas a este medio de comunicación por ningún motivo han encontrado oposición para la puesta en marcha de su labor informativa, ya que de suceder no podrían "permitir que el gobierno pisotee nuestras libertades civiles y se inmiscuya en nuestros negocios privados no va a aumentar nuestra seguridad personal"²⁸⁰; pero en 1995 un grupo de congresistas intentó pasar un proyecto de ley para prohibir cierto tipo de información en la red, como la pornográfica, racista y terrorista, pero fracasaron porque la mayoría de las empresas del país apoyan la autorregulación argumentando que se trata de un foro abierto que no pertenece a nadie, y por lo tanto no está controlado por ningún gobierno en el mundo.

teléfono, el modem y el fax al contacto personal; en el futuro los bits suplantarán a los organismos, la cibermaturaleza a la naturaleza". *Matiz Gráfico del Diseño Internacional, Número 5, 1997, p. 36.*

²⁷⁹ Burgoa Orihuela, Buscan los gobiernos legislar el Internet, *El Financiero*, 26 de agosto de 1996.

²⁸⁰ Audrie Krause (fundador del grupo Net Action, quien se opone a la legislación del Internet), *El Financiero*, 26 de agosto de 1996, p.47.

4.3. La reformulación de la relación Estado-medios de comunicación

Los principales actores que participan en el ámbito de la opinión pública son el Estado y los medios de comunicación. Ambos intentan interrelacionarse con la sociedad e influirla a través de estrategias informativas que intentan persuadir para establecer nuevos conceptos para la realización de políticas públicas.

Las acciones persuasivas de los partidos políticos, el gobierno y los *mass media* se disputan en todo momento la esfera pública que es el lugar donde la opinión pública libera la discusión bajo la premisa de la tolerancia, es decir, es el ámbito donde se exponen libremente temas controversiales contribuyendo así a reducir la complejidad de los sistemas político y social.¹

Estos grupos que disputan el control de la percepción de los sujetos opinantes con capacidad de aprobar o desaprobar acciones gubernamentales, establecen hoy en día procedimientos de control social buscando mediatizar la opinión de los receptores. Donde el sistema social es más complejo aparece la mediación como forma para resolver conflictos.

Entre estos mecanismos de control están los medios de comunicación y su capacidad divulgatoria para popularizar y/o democratizar conceptos y expresiones, en busca de hacerlas trascender al ámbito de la opinión pública para legitimarlas en la esfera pública. De este modo se entiende que la opinión pública tiene la autoridad moral pública y el poder para institucionalizar temas, dirigir y tomar decisiones en asuntos comunes; esto la convierte en una autoridad con poder legítimo con capacidad para influir en el control del orden del sistema social y en las decisiones y acciones del Estado, ya que el concepto acción y aplicación permite "la comprensión del mundo social y de las relaciones entre la cognición social y moral".²⁸¹

Por esa capacidad que tiene la opinión pública en cuanto a vigilar las acciones del gobierno y transformar actitudes del sistema social, el Estado y los *mass media* se disputan la industria cultural y el mercado de opiniones políticas sobre el conjunto de

²⁸¹ Habermas, *op. cit.*, p. 155.

temáticas seleccionadas, mas en el fondo se inclinan por la idea de monetarista en que si la opinión pública se inclina a una tendencia determinada, la política económica seguirá, y ésta modificará la conducta de la gente y se cumplirán las metas de la lucha ideológica neoliberal.

Hemos destacado la importancia de romper la relación embrionaria entre el Estado y la sociedad civil; ahora también se reconoce que se requiere una diferenciación y separación de las funciones del Estado y los medios de comunicación, así como definir y reformular su interrelación, los alcances y límites de sus acciones en el ámbito de la opinión pública bajo la coyuntura de complejidad social donde lo ético disminuye su fuerza y la función social es sustituida por fines utilitarios y mercantilistas.

Los subsistemas de los medios de comunicación y el Estado se encuentran en una dinámica desgastante por la disputa del mercado de opiniones, convirtiéndose así en grupos de poder basados en sistemas de selección. Esta mercantilización pretende comprar auditorios persuadiendo con el aparato de la industria cultural y reforzando con mensajes que eclipsan la razón e incitan al consumo, tal y como es el objetivo de la política económica del gobierno.

Lo anterior evidencia que en el sistema social hay un vacío que es llenado con simbologías de una clase dominante utilitarista y pragmática que se torna representativa introduciendo nuevos comportamientos, actitudes y valores para estimular a la gente a aceptar programas de gobierno y proyectos empresariales basados en la economía y el individualismo.

El sistema de los medios de comunicación se divide en prensa escrita, radio y televisión (de señal abierta y de señal restringida), así como la aparición de canales alternos como las redes informáticas (Internet) y ciertas actividades culturales alternativas como el cine y el video.

Estos medios teóricamente tienen la función social de coadyuvar a conformar una opinión pública moderna que sirva como vínculo en la "consolidación de la democracia en México, ampliar la conciencia política, canalizar las demandas de los diversos sectores sociales y ensanchar la participación. Asimismo, ser canales e interlocutores para la comprensión de

necesidades y esperanzas, así como punta de lanza que abra una agenda sobre la intencionalidad y contenidos básicos de las demandas sociales²⁸², e incluso crear opinión pública e institucionalizar²⁸³ los temas derivados de la opinión aislada convirtiéndola en una opinión generalizada, esto es, pública.

Este panorama oposición-acuerdo reduce la complejidad sistémica ya que crea consensos y acuerdos frente a temas controversiales comunes. A pesar de que la opinión pública no se puede personificar al igual que lo público, los *mass media* le han dado una personalidad ética.

La relación de los medios de comunicación y el Estado ha ocupado un lugar especial en los estudios sobre las sociedades democráticas. "Los medios masivos de comunicación comparten con otros actores del sistema la necesidad de decidir y ejecutar ciertas estrategias que, superan los riesgos de cada situación de conflicto, movilizan sus recursos para el logro de sus objetivos permanentes y temporarios"²⁸⁴.

Las estrategias de comunicación son aquellas que buscan informar e institucionalizar temáticas previamente seleccionadas con el fin de consolidar proyectos de grupos privados que recurren a discursos simbólicos del pensamiento economicista y utilitarista persiguiendo reproducir la dinámica consumista en los receptores, así como conductas y actitudes que convienen al grupo en el poder.

Ante este panorama se puede palpar entonces la imperiosa necesidad de reformular las relaciones del Estado con los medios de comunicación estableciendo parámetros de responsabilidad y función dentro del sistema social y suponiendo que cada uno reoriente su papel correspondiente en la formación de una opinión pública moderna reflexiva.

²⁸² Ricardo Nieto Irigoyen, "Medios de comunicación", *El Financiero*, julio de 1996, p. 29.

²⁸³ Por institucionalizar entendemos la despersonalización de una opinión aislada individual para convertirse en un tema de discusión de la opinión pública que, por lo regular, se polariza en dos grupos, los que están en favor de tal opinión y los que están en contra generando así un clima de opinión, entendiendo a éste como un conjunto de condiciones de *like-dislike*.

²⁸⁴ Héctor Borrat, *El periódico, actor político*, México, Gustavo Gili, 1989, p. 12.

En un documento titulado "Propuestas de Políticas y Estrategias para la Comunicación Pública Nacional 1994-2000", se advierte, en lo relativo a las políticas de comunicación social, que se requieren formular normas y principios para una política de comunicación y cultura que garantice el derecho a la información, a la educación, enfatizando el servicio público de la prensa y proponiendo que el Estado promueva la participación social como parte del desarrollo democrático del país.

Para este objetivo el Estado tiene la obligación de actualizar el marco jurídico, el cual consta de grandes vacíos que no establecen cuáles son los espacios dedicados al ámbito público y al privado; asimismo debe de regular (con base en un marco jurídico que permita tener acceso legal, sustentado en un derecho a la libertad de expresión responsable) rumores, versiones y desmentidos que sólo dejan que los receptores determinen criterios informativos distorsionados, desorientando a la opinión pública y no permitiendo el consenso entre la sociedad civil.

"La política remite a un contexto donde son tomadas las decisiones vinculadas para la colectividad en su conjunto y que por lo tanto son sostenidas por la posibilidad del recurso al uso de la fuerza para obtener su respeto".²⁸⁵

Otro aspecto importante para establecer la reformulación de las relaciones del Estado con los medios de comunicación, es el aspecto ético-moral de ambos y su compromiso para la acción correcta del sistema y por supuesto en los subsistemas, es decir, el Estado y los *mass media* tienen la función de establecer las condiciones autorreferenciales y autopoieticas para crear conciencia moral en el sistema social.

Se designa como moral de un sistema al conjunto de condiciones según las cuales se decide en el sistema, sobre la estima o desestima; se refiere a la relación entre relaciones, a la coordinación de dos relaciones distintas de interpenetración; además es un aglutinante social de los seres humanos y desempeña la función de integración para la sociedad y una limitación en las posibilidades de especificación funcional.

²⁸⁵ Ibid., p. 132 .

La moral es una generalización simbólica que reduce la total complejidad reflexiva de las relaciones dominados-dominantes, los cuales son doblemente contingentes²⁸⁶ expresiones de estima, y que abre, debido a esta generalización, un espacio libre para los condicionamientos y la posibilidad de reconstruir la complejidad mediante el esquema binario estima-desestima.

Pero este esquema ideal en México no ha sido del todo cumplido por el funcionamiento autoritario del régimen político e informativo y una sociedad también autoritaria; así como porque en el sistema global la estructura vertical no ha permitido la construcción de consensos y porque la dinámica del sistema social es improvisada por estrategias informativas que responden a perfiles mercantilistas; asimismo, porque padecemos un "alto centralismo y la falta de voluntad política de nuestros gobernantes para transformar los medios audiovisuales, (elementos estos) que caracterizan la operación de los medios de comunicación, especialmente electrónicos en México"²⁸⁷. Lo anterior es un desafío fundamental para definir límites, derechos y obligaciones en la relación de la prensa con el Estado.

Para concluir se reconoce que el Estado requiere redefinir su política de comunicación social, pero apartándose de su estrecha interrelación con el sector privado, ya que a través de estrategias de comunicación implementadas por medio de sus campañas de difusión y propaganda de grupos de poder que imponen conductas de intereses privados están creando a una opinión pública cada vez más fragmentaria e incapaz de criticar y discutir con raciocinio temáticas nacionales de carácter político. "La prensa"²⁸⁸ en términos generales, ha mantenido una posición dócil ante el poder, una posición aquiescente y

²⁸⁶ Contingencia es la diferencia provista de un esquema de sentido, es decir, una apertura estructurada utilizada de modo distinto entre los sistemas interpenetrantes.

²⁸⁷ Esteinou, Madrid, Javier, "Sequias, culturas y comunicación", *Excelsior*, 19 de septiembre de 1996, p. 10.

²⁸⁸ Es necesario hacer un alto aquí para tratar de hacer extensiva el juicio de valor que se le otorga al desarrollo profesional llevado a cabo por la prensa escrita y acotar que también la labor informativa llevada a cabo en los medios de comunicación electrónicos comparten tales características.

aplaudidora, tanto que ni siquiera en las actuales circunstancias de crisis económica patean el pesebre".²⁸⁹

²⁸⁹ Carlos Marín, La información y la prensa, *Revista Mexicana de Comunicación*, agosto de 1995, p. 16.

4.4. La crisis de la esfera pública y los medios de comunicación

En la opinión pública mexicana se está generando un nuevo simbolismo, así como un aumento de sensibilidad y renovación en la vida personal y social. Esta etapa de transición también repercute en la forma de organización y participación de los diversos actores que interactúan en el ámbito de la esfera pública. Se están constituyendo nuevos nexos entre los ciudadanos, el Estado y los medios de comunicación, donde éstos últimos no cumplen con su función pública de informar veraz, oportuna, suficiente y responsablemente.

Cabe recordar que el problema del orden social no atañe tanto al modo de ejercer el poder político, sino también a la socialización²⁹⁰. La posibilidad de establecer un orden social también concierne a la teoría de la acción²⁹¹ en lo relativo a la interacción suscitada entre "dos participantes o más y que éstos puedan coordinar sus planes de acción".²⁹² Asimismo, los *mass media* no están funcionando como puentes o mediaciones entre el centro decisorial y las masas, con que lo están generando procesos comunicativos que repercute en las relaciones entre los diversos actores.²⁹³

²⁹⁰ A este respecto Luhmann establece la relación indisoluble que debe de existir entre la capacidad de comunicación de una sociedad y su propia existencia: "la sociedad es el concepto social más amplio, incluye todo lo social y, por consiguiente, no conoce ningún entorno social. Si se agregan factores sociales, si surgen interlocutores o temas de comunicación novedosos, la sociedad crece, pues esos factores arraigan en la sociedad, no pueden ser externalizados ni tratarse como una cosa de su entorno, ya que todo lo que es comunicación es sociedad. La sociedad es el único sistema social donde surge este particular fenómeno, que tiene consecuencias y exigencias enormes en lo que respecta a la teoría social", Niklas Luhmann, *Sistemas Sociales*, México, Universidad Iberoamericana / Alianza Editorial, 1991, p. 408.

²⁹¹ Habermas establece en este momento los lineamientos de su teoría: "La acción comunicativa puede entenderse como un proceso circular en el que el actor es dos cosas a la vez: es el iniciador que domina situaciones con acciones de las que es responsable; y, al propio tiempo, es el producto de tradiciones en las que se encuentra, de grupos solidarios, a los que pertenece y de procesos de socialización, dentro de los cuales crece", Habermas, *op. cit.*, p. 159.

²⁹² Habermas, *op. cit.*, p. 157.

²⁹³ "En los tiempos modernos, el Estado no es el único enemigo de la libertad democrática en América Latina. Los intereses conservadores y explotadores, tanto nativos como procedentes de

Habermas denomina acción comunicativa "a la situación en la que los actores aceptan coordinar de modo interno sus planes y alcanzar sus objetivos, únicamente, a condición de que haya o se alcance mediante negociación un acuerdo sobre la situación y las consecuencias que cabe esperar".²⁹⁴

Pero es importante reconocer que los medios de comunicación no sólo representan negatividad en la dinámica del sistema social. En México han invertido sus actitudes propiciando a atender las demandas y necesidades informativas de los diversos sectores sociales y políticos. Sin embargo, todavía falta que recuperen su función pública y vuelvan a ser confiables, imparciales y sobre todo comprometidos con la opinión pública; es decir, formadores de una opinión pública con capacidad de decisión y suficientemente informada y educada con juicios de hecho y no sólo de valor; además de reconstruir la esfera pública a través de la discusión y el consenso, permitiendo con ello la participación con pleno respeto a los derechos informativos y valores de la pluralidad.

Concebir medios con estas características implica el desarrollo de los marcos ético, político y jurídico que regulan la actividad informativa, definiendo derechos y obligaciones hacia la sociedad, de tal manera que se manejen con plena autonomía y libertad informativa.

En la actualidad, la proporción de realidad que se transmite a los individuos a través de los medios de comunicación, en comparación con las observaciones originales, se ha multiplicado por un factor considerable, y el mundo lejano y complejo, cada vez más visible y audible, fluye aún con más fuerza junto a las observaciones personales de primera mano. Captamos directamente los contenidos emocionales, lo que es bueno y lo que es malo, mediante la imagen y el sonido. Estas impresiones emocionales son duraderas. Se conservan mucho

fuera del continente, han construido un sistema de comunicación de masas privado y comercial que, en muchos aspectos, está lejos de ser democrático. La comprensión de este hecho, la percepción de elementos no-democráticos en la comunicación más allá de la represión gubernamental contra el periodismo inconformista parece haber surgido tan sólo después de la Segunda Guerra Mundial. Además, el paso de la comprensión a la acción remediadora ha demostrado ser una empresa dura y lenta, cargada de frustraciones", Elizabeth Fox, *Medios de Comunicación y Política en América Latina*, México, Gustavo Gili, 1989, pp. 13-14.

²⁹⁴ Habermas, *op. cit.*, p. 157.

después de que los argumentos racionales se hayan escabullido, como podemos leer en Lippmann.²⁹⁵

Reconstruir la esfera pública significa la constitución de una renovada morfología política donde los ciudadanos decidan individualmente con igualdad y libertad; donde sean escuchados, en fin, donde gobiernen. Pero es aquí donde la prensa no ha podido producir un sistema justo porque no ha podido proporcionar información juiciosa que le permita a la opinión pública acceder a tomar decisiones y por ende ejercer el poder, pues sólo están preocupados por el raiting y las selección de temáticas susceptibles de ser mejor vendidas.

Los medios de comunicación se encuentran inmersos en una crisis de indefinición por su regulación, por su relación estrecha con la publicidad estatal, pues es lo que permite la viabilidad financiera de las empresas editoriales dejándose regir por criterios mercantiles olvidándose de su función pública.

Los medios de comunicación en ciertas ocasiones se oponen al desarrollo sociopolítico del país. A pesar de ser un agente intelectual colectivo de las circunstancias históricas e instrumentos del conocimiento, abusan de su capacidad de influir persuadiendo, por ejemplo en tiempos electorales, a sembrar ideologías que compiten por el poder. Así, se merma su ética y se produce en el ciudadano una disminución de la credibilidad y reputación de la prensa. Con ello, la esfera pública incrementa su crisis.

La esfera pública no es propiamente un espacios físico determinado, pero su semántica a través de la historia es la misma: es el ámbito donde convergen opiniones diversas, así como el sitio donde legitiman y consensan todos los pensamientos e ideologías para discutir temáticas generales.

La esfera pública está limitada en una pantalla de televisión, en una cabina radiofónica y en las columnas y editoriales de la prensa escrita; sin embargo con la liberalización de los espacios e interés y con el aumento de los ciudadanos por participar en la cosa pública. Se están creando espacios subalternos de debate organizado recuperando con ello la

²⁹⁵ Noelle-Neumann, Elisabeth, *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Paidós Comunicación, Barcelona, España, 1995, p. 195.

vieja concepción medieval de la plaza pública. La discusión regresa a las calles, cafés, parques y sobre todo a los sitios simbólicos de cada cultura. Independientemente que los medios de comunicación continúan sus políticas mediatizadoras de imponer patrones y estereotipos irreales a nuestras raíces con informaciones que refuerzan las metas de grupos privados, al tiempo que se está privatizando el ámbito público, en el país la nueva realidad política está creando las condiciones para que la opinión pública sea un gobierno de opiniones y no de saberes.

Para concluir podemos decir que nuestra nación se desenvuelve en un marco de carencia de un periodismo independiente, crítico, responsable y de investigación, que se encuentre en busca de la construcción democrática y la revaloración del espacio público con mayor densidad de organización y margen de autonomía.

4.5. La modernización de la opinión pública para la democracia

En México se han generado fenómenos socio-políticos que están modificando la participación y organización en el ámbito de la opinión pública, ya que ésta se encuentra inmersa en una dinámica transformadora que le permite sumar intereses y servir de nexo entre las diversas fuerzas sociales y el Estado, para de este modo convertirse en un prerequisite para la democratización del país porque ahora todos pueden opinar y hacer oír sus demandas en torno a las políticas gubernamentales.

Pero este panorama no es del todo sencillo por los reajustes estructurales del sistema global donde grupos que ostentan el poder, con el fin de crear políticas informativas y de propaganda para beneficio particular, muestran renuencia en cambiar el rumbo de la política económica neoliberal, a pesar de esto, se está produciendo una realidad política sustentada en la negociación, el diálogo, los consensos y el debate de temáticas públicas.

La transformación de una opinión pública tradicional a una modernizada, implica la creación de un nuevo simbolismo, el aumento de la sensibilidad, un estado de cambio permanente y una renovación de todas las formas de vida personal y social, así como la construcción racional del Estado moderno; la modernización implica cambios del pensamiento y la actividad humana, así como movilización social, entendida ésta como cambios en las actitudes, valores y expectativas de los individuos.

Actualmente el Estado enfrenta una situación de pluralismo que trasciende al ámbito de la opinión pública, pues ante el desconocimiento de quién tiene la decisión política y determina la ética pública, las opiniones parciales se entrecruzan y superponen aumentando la complejidad comunicativa del sistema y trastocando la estabilidad de la dinámica sistémica, conllevando a la disolución del proyecto ideal basado en la creación de un nuevo orden democrático participativo donde exista alternancia entre la dinámica de la ética individual y la estática de la moral social.

Para modernizar a la opinión pública y lograr que funcione como agente democratizador, Raúl Rivadeneira propone separar los subsistemas político (Estado) y social (sociedad civil) para interponer un tercero con personalidad y autoridad moral denominado opinión

pública, cuya función sea construir un nuevo ordenamiento social autorreferente, donde las instituciones observen y garanticen el funcionamiento de una novedosa morfología de la política actual que fue quien condujo a la opinión pública a la crisis del no consenso.

Otro obstáculo que enfrenta la opinión pública para su modernización como mecanismo de cambio democrático, es que la conflictiva dinámica del sistema social y la compleja transformación de la opinión pública no permiten a este fenómeno socio-político una formación integral que se sustente en estar informada suficiente, oportuna, responsable y verazmente; asimismo, le impide ser crítica, participativa y racionante en sus discusiones sobre el conjunto de temáticas que afectan el entorno. Esto se explica porque la opinión pública expresa juicios y elementos psicológicos subjetivos que hablan de sus preferencias, emociones y predilecciones que son incapaces de racionalizarse.

Los estudios de opinión pública provenientes de Estado Unidos la reducen a una concepción filosófica de medición y no como un fenómeno teórico, lo cual también es importante para comprender el funcionamiento del conjunto de los subsistemas.

Una de las muchas limitantes para conformar una opinión pública modernizada es la misma concepción que se le trata de dar a la misma al reducirla a un simple instrumento medible de opiniones y actitudes individuales sin capacidad de entablar una discusión racional.

Es necesario que los medios adopten su posición de intermediarios sociales y no que le den personalidad a través de encuestas y sondeos; en realidad la opinión pública es un fenómeno cultural con capacidad de verbalizar expresiones colectivas y modificar políticas de gobierno, además de tener la capacidad de poder trasladar a la esfera pública acciones comunicativas que interrelacionan a los sujetos propiciando de este modo una dinámica constante consensuada del sistema social y con ello de los subsistemas social y político.

Estudiar a la opinión pública desde un enfoque político sugiere analizar los mecanismos jurídicos, éticos y políticos de la información para definir las funciones públicas de los actores que intervienen en la transformación de una opinión pública en aras de modernizarse y contribuir a la democratización de México como nación en vías de

desarrollo donde una pluralidad de ideologías buscan espacios públicos para converger homogéneamente, así como representar y actuar en nombre de la totalidad, de un alma colectiva como idea metafísica o como la denominó Habermas: *espíritu santo del sistema político*.

Los actores que se disputan el escenario del ámbito de la opinión pública, como son el Estado y los medios de comunicación, persiguen acaparar al público y persuadir con estrategias propagandísticas e informativas, las actitudes y decisiones políticas para consolidar proyectos privados.

Por ello los *mass media* se han preocupado por penetrar discursivamente en las preferencias de los receptores; ahora la prensa escrita a través de la selección de géneros periodísticos de opinión (editorial, columna y artículo) institucionalizan los temas que sólo conciernen a sectores selectos ilustrados; la televisión y la radio dirigen mensajes que inducen al consumo de actitudes que enaltecen los valores utilitaristas de la clase dominante donde la felicidad se encuentra en el dinero y el éxito, dirigido esto a consolidar el proyecto político-económico neoliberal, que ofrece a la opinión pública panoramas ilusorios de desarrollo como en los países del primer mundo.

Este tráfico comunicativo que entrecruza información para inducir actitudes lo sustenta también el Estado prevaeciente en México, quien ampara sus acciones, políticas y decisiones comunicativas en la dominación racional a través de la legislación en la materia legitimándose como autoridad civil y moral ante la opinión pública.

En México existe un régimen político autoritario que a través de un régimen informativo también autoritario, ha conformado una sociedad autoritaria, la cual se encuentra en un proceso de evolución por la presencia de una sociedad civil que interrelaciona a gobernantes y gobernados permitiendo una participación democrática en la vida pública del país, constituyendo las condiciones para modernizar a la opinión pública, la cual como ya se mencionó en este momento es fragmentaria.

El esquema de apertura económica y comercial, y como fenómeno paralelo más que consecuencia de la apertura de los cauces de participación democrática de los diversos actores que componen a la opinión pública en México, empujan a la prensa a modificar

sus estrategias y mecanismos para permitir el acceso a la información a las diversas corrientes de opinión a la participación política.

El mercado de la información conlleva a México a una apertura acelerada hacia el exterior, por ello la opinión pública tiene la necesidad primordial de modernizarse para poder aportar elementos funcionales que democratizen al país, pero para este ideal diversos elementos requieren madurar, entre ellos: un contenido crítico y analítico de la información, una visión verídica, profunda y objetiva de la realidad sociopolítica de las demandas y requerimientos de los mexicanos, una educación que le permita a los individuos tener acceso y comprensión de informaciones de primer nivel para acceder a la modernidad y una responsabilidad y ética de los actores que constituyen a la opinión pública.

Varios factores son los que intervienen en la actualidad para la formación de una opinión pública moderna; entre estos esta el centralismo, como el resultado de nuestro imperfecto sistema democrático de gobierno; la globalización, es decir, la demanda informativa de los medios de comunicación como un producto de consumo de una minoría de la sociedad; el regionalismo; la marginación informativa; la democracia; la interconexión de los circuitos de la economía; la libertad de expresión y el derecho a la información, lo cual se ha convertido en un instrumento específicamente utilizado por grupos de interés y de poder y que sólo responden a estrategias informativas cupulares; y las relaciones entre la prensa-Estado-opinión pública.

El mayor reto de los medios de comunicación es su modernización, la cual no solamente abarca el ámbito tecnológico, sino modificar la desatención autoritaria hacia el lector, el cual carece de instancias legales e información política veraz y objetiva, así como de espacios donde pueda reclamar por los abusos, lesiones e imprecisiones a la fama pública que la prensa suele infringir sin costo alguno. Incluso esta idea la refuerza Juan Ruiz-Healy quien dijo que "el ideal democrático prevé una ciudadanía atenta al desarrollo de la cosa pública, informada sobre los acontecimientos políticos, al corriente de las principales cuestiones, capaz de elegir entre las diversas alternativas propuestas por las fuerzas políticas y comprometida de manera directa en la participación".²⁹⁶

²⁹⁶ Juan Ruiz-Healy, "Elecciones de gobernador del Distrito Federal", *Novedades*, 15 de septiembre de 1996, p. B3.

Una opinión pública moderna es un contrapeso y un nuevo líder democrático en este marco de complejidad del país, debido a que se constituye de un alto grado de racionalidad y con ello tiene la capacidad de debatir con recursos legítimos y procesar las diferencias en un contexto informado, siendo capaz de establecer las relaciones, valores y fórmulas democráticas en la nación.

La democracia proporciona autoridad y demanda responsabilidad con base en el cumplimiento de derechos y obligaciones de los individuos en la esfera social, y contempla la presencia de la pluralidad bajo los valores de tolerancia, inclusión y legalidad.

Giovanni Sartori considera que en México es necesario organizar una opinión política para lograr la transición a la democracia, pero esto no se ha logrado porque "los medios (de comunicación) tiene mucho que ver con que los partidos políticos no sean del agrado general, especialmente la política televisiva, debido a que ésta se convierte en instrumento electoral (...) Si hay una crisis (...) ésta tiene que ver con la "videopolítica".²⁹⁷

En las democracias modernas existe el riesgo de la mercadotecnia política y que los medios de comunicación no funcionen como formadores de la opinión pública con juicio racional. El modelo mexicano no es la excepción ya que la simbiosis entre los *mass media* y el Estado no permite a la opinión pública expresarse y decidir sobre asuntos de poder.

Para modernizar a la opinión pública se hace imperiosa la necesidad de lograr en los ciudadanos cambios de pensamiento y acciones con un sentido de nación, donde todos participemos por igual y decidamos en tomo a la política; con ello se generaría movilización y dinámica en el sistema social bajo las ideas de integración nacional, estabilidad política, así como desarrollo de nuevas instituciones políticas a través del aumento de conciencia, organización y acción democrática de todas las fuerzas sociales.

La construcción de la democracia no es un proceso fácil o de consecuencias predecibles, la construcción de la democracia implica riesgos que son necesarios. La participación de los medios de comunicación dentro de este proceso de construcción de un nuevo orden y

²⁹⁷ Giovanni Sartori, México no está en el colapso, *El Financiero*, 4 de julio de 1996, p. 44.

destrucción (o desconstrucción) del anterior, es de vital importancia. Convertidos en el contexto de la modernidad en el nuevo espacio público, los medios tienen que tomar su responsabilidad social alrededor de las implicaciones que tiene el arriesgarse a lograr una sociedad más justa, esto es, democrática y que otorgue las mismas oportunidades a todos los individuos que ayudaron a construirla.

CONCLUSIONES

Actualmente, en los albores del nuevo milenio, la polémica sobre la modernidad se ha agudizado llegando a tocar aspectos como la economía y la ciencia política. Si la modernidad se concibe como un avance positivo, es lógico que diversos gobiernos adapten este calificativo como un elemento distintivo de su forma de hacer política. La modernidad dentro de la política se concibe como un estado renovado de las cosas, tanto en las formas como en los contenidos, una forma de dirección siempre a la vanguardia, siempre en cambio, en constante proposición de nuevas acciones y situaciones.

El concepto de modernidad llega de manera importante a tocar al avance tecnológico que día con día encuentra nuevas formas de manipular la realidad material a fin de, en algunos casos, hacer la vida del hombre más llevadera sobre el planeta, y en otros, encontrar nuevas posibilidades de autoaniquilamiento. Esa evolución galopante de la tecnología se encuentra de manera importante ligada con el avance en las comunicaciones, en lograr enlazar de manera virtual a millones de seres ante una opinión o manifestación artística, política o de cualquier otra índole.

Así, se observa un cambio en los espacios que se utilizan para expresar una opinión que influya en el ánimo de otras personas. A los espacios de discusión que eran materiales y reales (la plaza pública, el café, las manifestaciones públicas), se han venido a sumar los espacios virtuales encarnados en los 'modernos' medios masivos de comunicación. Se incluyen a los medios impresos, eléctricos y electrónicos como formas que pueden dirigir la opinión pública hacia determinados fines; además, se percibe en ellos una facilidad para ser utilizados a fin de lograr una reacción en el público.

Es así como encontramos a los elementos que constituyen el cuerpo de la moderna política: el Estado, los medios de comunicación y la opinión pública. De las relaciones existentes entre estos tres elementos surgen todas las decisiones que afectan de manera colectiva a los integrantes de una sociedad. La relación entre estos tres elementos es la que caracteriza a la toma de decisiones en el inicio del milenio.

Hoy en día los medios de comunicación se encuentran en una etapa de definición dado que están avanzando hacia el camino de la pluralidad política, a pesar de no contar con

una herramienta jurídica que les garantice claramente sus derechos y obligaciones, sobre todo en lo relativo a la publicidad. Ello resulta sumamente importante ya que en la mayoría de los casos, si no es que en todos, la publicidad es lo que permite que existan.

La constante pugna entre grupos de interés por hacerse del control de los medios de comunicación es lo que originan opiniones encontradas y polémicas que se convierten en cuestiones de interés colectivo. De manera evidente, a menos de tratarse de regímenes totalitarios o militares, en las sociedades modernas no existē un monopolio de los medios, por lo que las opiniones acerca de temas de interés colectivo se encuentran siempre en discusión y las decisiones tomadas a partir de esta discusión son, generalmente cuestionadas.

He aquí una nueva variante: la disección de la opinión pública acerca de diversas temáticas. Las sociedades no son estáticas, evolucionan de manera aleatoria y de forma diversificada de tal forma que los intereses y opiniones no confluyen en un radio determinado, sino que, atendiendo al desarrollo de estas sociedades se conforman de manera aleatoria diversos temas a discutir que, sin lugar a dudas, tienen interés sólo para un grupo determinado de personas.

Existen, no obstante, lo que se ha dado en llamar 'los grandes temas' de la opinión pública. Temas que responden a problemas de interés común y cuyas consecuencias alterarán de forma visible a la sociedad en su conjunto. Es ahí donde confluyen los problemas de la opinión pública y su acceso a los medios de comunicación. En el campo de los grandes temas, la oportunidad de la población para emitir sus opiniones se encuentra limitada por el acceso a los medios y por el alcance limitado, de los que, no teniendo acceso a éstos buscan transmitir sus opiniones por otros canales que no tienen el alcance de los medios masivos.

Uno de los problemas fundamentales para lograr una sociedad democrática con las oportunidades de participación para todos consiste en modernizar de manera urgente los mecanismos de participación ciudadana para la discusión de temas de interés general. La forma en que esto se puede solucionar consiste en lograr abolir los controles rígidos que tienen los grupos de poder que influyen en la información que se da a conocer a través de los medios masivos. De la abolición de ese poder se desprende la necesidad de crear los

mecanismos para conseguir una participación más equitativa y justa para demandas de carácter social.

Existen diversas formas en como actúan los medios de comunicación con relación a los grupos que tienen acceso a éstos. Uno de los elementos más importantes que durante largo tiempo ha tenido el control de los medios lo constituyen las empresas privadas. Imponen normas en cuanto a manejo de información que le permiten conservar o crear una imagen benéfica para las acciones y decisiones que toma respecto de temas de interés general. Es necesario que, para lograr una sociedad democrática, el modelo del Estado que desarrolle una política deliberativa y continúe impulsando la autorregulación por parte de los medios y de los integrantes de la sociedad, para, de esta forma, otorgar las mismas oportunidades a todos los sectores de la sociedad en la toma de decisiones.

México, en el presente siglo, ha visto un tránsito que va, en materia de manejo de la información, del total autoritarismo, hasta algo que se vislumbra como una apertura de los medios de comunicación hacia opiniones de sectores que se les había negado el acceso a la difusión de sus opiniones. Tendencias como esta son muy sanas para la vida pública del país; por ello, se manifiesta la necesidad de que los medios de comunicación recuperen su función pública, para coadyuvar a la modernización de la esfera pública y fomen una opinión pública real para la consolidación de la democracia en México.

La modernización del espacio público tiene que ver con hechos políticos, pero también con adelantos tecnológicos y con la aparición de los medios de comunicación que son canales por medio de los cuales el espacio de discusión se amplía, teniendo como consecuencia la extensión del alcance de las opiniones a un número mayor de individuos.

La modernización del espacio público también exige un Estado que dirija y encamine las decisiones y no sólo sea un mecanismo de control, sino que abra espacios para propiciar la participación política. No existe democracia ni Estado moderno sin opinión pública, entendida como una expresión de la pluralidad de la sociedad.

Para la modernización del espacio público se requiere de una opinión pública informada, suficiente, oportuna, responsable y veraz para que funja como mecanismo de cambio

democrático. Actualmente no es en su totalidad crítica, participativa y racionante en sus discusiones sobre el conjunto de temáticas que afectan el entorno.

Los medios de comunicación escritos y electrónicos, a través de sus editorialistas, articulistas y columnistas han tenido la libertad y responsabilidad de externar sus percepciones sobre asuntos de interés general. El incremento de sondeos y encuestas de opinión, la incursión de expertos en las páginas editoriales y el desarrollo del nuevo periodismo o periodismo de investigación, así como el reconocimiento de la pluralidad de ideas en la esfera pública impulsan el proceso de transición democrática en México y obligan al gobierno y a los *mass media* a interactuar en la esfera pública y modernizarla. Se construye así un país donde los ciudadanos reflexionan asuntos que afectan su entorno.

La opinión pública en México mantiene distancia con las instituciones públicas y privadas, sin embargo con la fuerza adquirida por la sociedad civil y los reajustes del sistema social y político, la esfera pública recupera su capacidad de deliberación, debate y consenso acerca de temáticas institucionalizadas que más tarde trascienden en las acciones y decisiones gubernamentales.

El Estado otorga a los medios de comunicación subsidios, permisos y concesiones para que puedan seguir funcionando como tales. Condiciona que las acciones que lleven a cabo se encuentren dentro de los planes de difusión de las acciones que el Estado emprende. Dirige con base en el Estado de derecho tanto la forma como el contenido de la información.

La reconstrucción de la opinión pública y de la esfera pública requiere de la valoración de individuos que se organizan e incorporan en grupos con diferentes visiones y temáticas políticas. Individuos que constituyen así, un nuevo ordenamiento social con instituciones encargadas de garantizar y regular el funcionamiento de una nueva morfología de la política contemporánea.

Pocos medios de comunicación luchan libres de intereses particulares y junto a la lucha de la sociedad por obtener un espacio en donde se pueda discutir y tomar decisiones correctas. La opinión pública, si de verdad quiere constituirse en un contrapeso a la fuerza

del Estado y de los grupos de poder que dominan los medios, deberá hacerlo por las vías institucionales y apelando a la democracia, lugar en donde, y por definición implícita, la sociedad tiene la última palabra.

Mención aparte merece la aparición de nuevas tecnologías que permitieron la interacción de opiniones diferentes en discusiones airadas. Tecnologías como las redes informáticas. En ellas no existen restricciones o mecanismos de censura para la información que libremente se pasea por este otro espacio. No obstante, es inoperante para los tiempos y las situaciones que hoy se viven. El acceso a estas tecnologías se encuentra limitado por la adquisición de cultura de manejo de nuevas tecnologías y por el acceso del 'gran público' a estas nuevas formas de foro de discusión de temáticas que, sin embargo, cada vez influye más en el ánimo de los individuos que sí tienen acceso a estas tecnologías.

Cuando este trabajo habla de una 'modernización de la opinión pública' se refiere a los mecanismos por medio de los cuales ésta se da a conocer. La opinión pública como encarnación del sentir colectivo acerca de un tema determinado necesita incluir de manera urgente todas las opiniones que influyan en la toma de decisiones que afecten a la colectividad. En tanto esto se logre se alcanzarán de manera importante nuevas metas en la obtención de una sociedad justa y democrática y se convierte de manera automática en un prerrequisito indispensable para la consecución de esta última.

El trabajo que implica atender a todas las voces ya no se encuentra en manos sólo del Estado, la sociedad comienza a formar sus propios mecanismos de interacción con un medio que le permite expresar sus opiniones de manera libre. Sin embargo, esta permisividad se reduce a núcleos de población pequeños, a grupos sociales determinados. Esto es, a un número de opiniones que si bien permiten a un individuo o a un grupo social emitir sus opiniones no alteran de manera definitiva la toma de decisiones del Estado autoritario.

Si bien es cierto que las opiniones ahora son variadas y que algunas tienen una influencia innegable, también es cierto que el Estado ha conseguido conservar algunos medios de comunicación de carácter educativo y cultural. Sin embargo, se enfrentará a la posibilidad de que también sean privatizados por considerárseles no eficaces, sobretudo los medios electrónicos. El Estado debe contar con medios de comunicación propios pero que en

realidad cumplan con su función pública, sean garantes de la participación social y no sean exclusivos del uso del gobierno y elimine las viejas prácticas de manejar a la opinión pública en favor del papel que el grupo de interés tiene dentro de la toma de decisiones.

Han ocurrido recientemente manifestaciones sociales que le han dado nueva cara a la opinión pública. Demuestran de manera importante la capacidad que la sociedad tiene para organizar movilizaciones sociales que ponen de manifiesto la incapacidad del Estado para poder dominar a todos los integrantes de la sociedad. Movimientos como los temblores de 1985 en la capital de la República, el fraude electoral en perjuicio del Frente Democrático Nacional en 1988 y, de manera más notable, la aparición en 1994 del Ejército Zapatista de Liberación Nacional, indican que la sociedad civil se convierte en un factor capaz de influir, con su participación activa, en la discusión de temas sustantivos y modificar de manera importante la toma de decisiones de interés general.

Estos hechos y la conciencia de la sociedad, en cuanto a su capacidad de modificar su entorno político, obligan a los grupos en el poder a otorgar importantes concesiones a fin de conservarlo. Asimismo, comienzan a dibujar nuevas condiciones y normas para la participación política. Comienza una transición hacia una nueva forma de discutir los temas de interés general. Se trata de una transición política que refleja sus logros en una discusión ampliada con sectores de la sociedad que demuestran su capacidad y su interés en participar en la construcción de un nuevo modelo social. Se basa en la democracia plena, donde no exista distinción ni arbitrariedad, en donde las oportunidades se muestren equitativas y en donde las opiniones, en atención a la capacidad del opinante, tengan la misma validez.

Por lo anterior se confirman las hipótesis centrales planteadas al principio del trabajo que sustentan la tesis que para la modernización del espacio público se requiere de una opinión pública informada suficiente, oportuna, responsable y verazmente para que funja como mecanismo de cambio democrático. Actualmente no es en su totalidad crítica, participativa y racionante en sus discusiones sobre el conjunto de temáticas que afectan el entorno.

Además, es necesario que los medios de comunicación adopten su posición de intermediarios sociales. Que tengan un contenido crítico y analítico de la información, una

visión verídica, profunda y objetiva de la realidad sociopolítica de las demandas y requerimientos de los mexicanos. Que promuevan una educación que le permita a los individuos tener acceso y comprensión de informaciones de primer nivel para acceder a la modernidad. Que se asuma una responsabilidad y ética de los actores que constituyen a la opinión pública, ya que actualmente la libertad de expresión y el derecho a la información son instrumentos utilizados por grupos de interés y de poder que sólo responden a estrategias informativas cupulares.

Por ello, esta tesis propone la existencia de una institución o figura jurídica que regule todas esas características que darán forma a la sociedad democrática que se plantea como meta: el *ombudsman* de la información. Un elemento necesario a fin de garantizar el conocimiento de todas las variantes en la discusión de un tema y la mejor manera de hacer frente a esta. El *ombudsman* no es un juez o autoridad, es una instancia ante la cual exponer motivos que hagan creer que una información se está manipulando en beneficio particular y no social, una figura con reconocida honestidad y con el interés suficiente para llevar a bien su misión.

También está presente la necesidad de desaparición de la censura en el campo de la información política y la cada vez más pertinente autorregulación de los medios por sí mismos. La exposición de normas entre comunicadores, público y protagonistas de la información. Una autorregulación que se permita el derecho de la opinión disidente y crítica, poniendo fin a la manipulación y las presiones externas.

Estos elementos conforman un conjunto de condiciones que servirán para modernizar a la opinión pública y convertirla en verdad la voz del consenso ciudadano, para abandonar, de manera definitiva, la función legitimadora de las decisiones gubernamentales que en la actualidad representa. Todo esto se convierte en una condición necesaria e inalienable para la consecución de una sociedad más justa y democrática.

A N E X O

CÓDIGO DE ÉTICA Y PRINCIPIOS QUE RIGEN PARA LOS NOTICARIOS Y PROGRAMAS DE IMAGEN INFORMATIVA

Imagen Informativa es la división de noticias de Imagen Telecomunicaciones, que produce servicios informativos con los que pretende contribuir al conocimiento, análisis y formación de opinión sobre hechos relevantes en la sociedad mexicana y en el mundo.

Imagen Informativa difundirá información veraz, lo más completa posible, interesante, actual y de alta calidad, con un enfoque crítico y propositivo, que privilegie y promueva la convivencia armónica entre individuos e instituciones y que ayude al radioescucha, televidente o lector a entender la realidad y a formar su propio criterio.

I.- DEFINICIÓN Y RESPONSABILIDAD

Imagen Informativa se define como un noticiario independiente, de información general, que respeta la pluralidad de ideas y el orden legal establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Imagen Informativa se manifiesta en contra de las acciones de personas o grupos que pretendan violentar el Estado de Derecho o a las instituciones democráticas del país.

Imagen Informativa reprueba los abusos de poder, actos de corrupción y violaciones a los derechos humanos que ocurran en el ámbito público o privado y se compromete a informar de ellos con oportunidad.

Imagen Informativa no admite discriminaciones por raza, religión, nacionalidad, nivel cultural, sexo o preferencia sexual.

Imagen Informativa no representa ni es voz de ningún partido político, grupo beligerante, iglesia o secta, ni protege intereses de ciudadanos, organizaciones o gobiernos extranjeros en México.

Imagen Telecomunicaciones e Imagen Informativa están obligados a mantener su independencia económica y política para evitar compromisos, derechos, imposiciones y/o presiones que obstruyan o deformen el trabajo periodístico en sus programas.

II.- CREDIBILIDAD

La credibilidad es el principal valor de los programas y servicios de Imagen Informativa.

Toda la información que presente IMAGEN (en radio, televisión e internet) debe estar verificada. Reporteros, redactores, conductores y comentaristas están obligados a autenticar en forma sistemática los datos y hechos que presenten como noticias.

El trabajo profesional deberá privilegiar la consulta de más de una fuente en cada caso y la aproximación y vinculación con los protagonistas, agentes y procesos de una noticia. Rechazamos la presentación y difusión de "rumores" o "trascendidos", como noticias.

Procuramos siempre revelar las fuentes de origen de cada información.

III.- INDEPENDENCIA EDITORIAL

Las informaciones, entrevistas, reportajes y sondeos que presente y realice Imagen Informativa sólo responderán al criterio e interés periodístico del medio.

No se realizarán notas, reportajes o entrevistas con funcionarios de gobierno, representantes de partidos políticos, organizaciones sociales, religiosas, o miembros de la iniciativa privada, cuando éstas no respondan a un estricto interés informativo.

IMAGEN tiene la obligación de presentar información que privilegie el interés público por encima de los compromisos comerciales. Mantener relación comercial o publicitaria con una empresa pública o privada, no nos obliga a omitir o censurar información sobre ésta, cuando se afecten los derechos e intereses de la mayoría.

IV.- CONFLICTOS DE INTERÉS

Conductores, reporteros, redactores, jefes de información y productores tienen la obligación de mantenerse al margen de relaciones y actividades personales, políticas y comerciales que pudieran crear conflictos de interés reales o aparentes que pongan en duda la integridad e imparcialidad de su trabajo periodístico. No podrá asignarse la cobertura o investigación noticiosa de un hecho a quien o quienes de antemano se sepa que tienen vínculos con los actores o las fuentes del tema a tratar, lo cual pudiera distorsionar el equilibrio de su información. De existir esa relación, el reportero está obligado a manifestarlo al o los coordinadores de Información, que asumirán la responsabilidad por el contenido y tratamiento de la información.

Asimismo, los comunicadores de IMAGEN no deberán mantener compromisos laborales con las fuentes noticiosas (tareas publicitarias, de difusión, relaciones públicas, comunicación social o asesorías en dependencias públicas o empresas).

V.- REMUNERACIÓN Y GASTOS EN EL TRABAJO PERIODÍSTICO

El trabajo de los comunicadores de Imagen Informativa lo retribuye exclusivamente la empresa. Queda prohibido al personal aceptar retribuciones ajenas a las del medio por participar en la difusión o transmisión de una noticia.

Los gastos que se deriven de la cobertura de información deberán ser asumidos por el medio.

Durante giras de trabajo el medio pagará los alimentos de sus reporteros y conductores para evitar compromisos de éstos con las fuentes de información.

Las bebidas alcohólicas invariablemente deberá pagarlas quien las consuma. Las invitaciones para viajes o giras de trabajo, en el país o e extranjero, deberán dirigirse a la Coordinación de Información de Imagen Informativa que, con base en prioridades informativas y los criterios de este Código de Ética, determinará si el medio asiste y quién lo representará.

VI.- REGALOS Y TRATO DIFERENCIAL

Los reporteros y conductores de Imagen Informativa no deberán aceptar regalos de gobierno, dependencias públicas; poderes Legislativo, Judicial; iglesias; empresas o clubes deportivos. Tampoco ayuda económica, descuentos, subsidios o tratamientos provenientes de éstas u otras fuentes noticiosas.

El medio estará obligado a informar por carta a sus fuentes sobre restricciones. Los obsequios deberán remitirse a quien originalmente los ofreció o entregarse a la administración de IMAGEN para que los devuelva o los done.

Queda prohibido exigir a las fuentes de información entradas a espectáculos, eventos culturales y deportivos. Las entradas o "cortesías" sólo se aceptarán cuando sirvan para el desempeño de una tarea informativa o de difusión. Este criterio también se aplicará en el caso de libros y discos.

Los viajes que no tengan que ver con la cobertura de actividades y hechos que generen información y que les sean ofrecidos de manera particular a reporteros y conductores se considerarán "regalos".

VII.- VERACIDAD Y OPORTUNIDAD

IMAGEN tiene ante su público el compromiso de informar con la mayor oportunidad posible sobre hechos noticiosos que considere de interés general, pero siempre apegándose a los criterios de rigurosidad y veracidad informativa que establece este Código.

Por ningún motivo deberá difundirse información falsa o no confirmada, aún cuando la haya presentado otro medio de comunicación. Los hechos que por su trascendencia así lo ameriten recibirán un tratamiento especial. Se permitirá la interrupción de otras informaciones, comentarios, publicidad o programación de medio si la importancia de un hecho obliga su difusión inmediata.

En el mismo sentido se permitirá la extensión al aire de una emisión informativa, resumen, segmento, o la interrupción con un corte o flash informativo, en relación directa con la trascendencia de la noticia.

La aparición de informaciones de importancia en otro medio de comunicación antes que en Imagen Informativa no será motivo para dejar de transmitirlos o negarles el valor que merecen, una vez que hayan sido confirmadas por la Redacción y Coordinación de Información.

Imagen Informativa tiene ante su público el compromiso de informar sin atender a circunstancias de competencia.

VIII.- PLAGIO Y EXCLUSIVIDAD DE LA INFORMACIÓN

Del plagio. No se permitirá la difusión de información recabada por otros medios adjudicándola como propia.

Las redacciones y conductores de IMAGEN están obligados a aclarar en todo momento cuando la información proceda de otro medio (radio, televisión, internet, prensa escrita u otro) y a citarlo por su nombre.

Hacerlo así no eximirá a Imagen Informativa de la responsabilidad por la difusión de una noticia, más aún si ésta es ampliada o modificada por redactores o reporteros.

Información exclusiva. Se considerará "información exclusiva" del medio a los comentarios de colaboradores, reportajes y entrevistas concertadas por Imagen Informativa con personajes, funcionarios o representantes de una institución.

Nuestros reporteros también están obligados a preservar la exclusividad de su información.

Si ante un hecho noticioso, o durante un acto público en el que se genere información, no se encuentran representantes de otro medio de comunicación, la información generada se considerará "exclusiva".

Sólo los conductores, coordinadores de emisión o jefes de información determinarán de manera conjunta si una información puede ser retransmitida o parcialmente editada por otro medio con el que establezcan convenios.

IX.- TRATAMIENTO GENERAL DE LA INFORMACIÓN

Los hechos de los que informe Imagen Informativa a través de notas, reportajes, o resúmenes de noticias deberán presentarse sin distorsiones, con base en los siguientes preceptos:

- a) **Imparcialidad.-** La información se ofrecerá con un criterio abierto, libre de tendencias y sin prejuicios.

- b) **Contexto.-** Las noticias se presentarán en un contexto suficiente y objetivo, que permita una comprensión cabal de los hechos.

- c) **Equidad.-** No omitir hechos de importancia o significación primordial en torno a una noticia, o seleccionarlos de manera dolosa.

- d) **Puntos de vista opuestos.-** El contrapunto favorece el equilibrio y el análisis. Reporteros, redactores y comentaristas deben recabar todos los puntos de vista de los actores involucrados en un hecho noticioso.

- e) **Seguimiento.-** La información presentada al aire o por vía electrónica deberá tener seguimiento, a partir de criterios periodísticos y tomando en cuenta los puntos anteriores. El seguimiento será obligatorio en informaciones exclusivas del medio (notas y reportajes, entrevistas al aire, investigaciones de la redacción, sondeos y encuestas que hayan generado información periodística importante). El resultado de ese seguimiento deberá ser difundido hasta agotar su relevancia.

X.- TRATAMIENTO INFORMATIVO EN TIEMPOS ELECTORALES

Durante procesos electorales (registros, campañas, debates, votaciones), en lo posible Imagen Informativa buscará otorgar el mismo espacio a las informaciones y entrevistas con representantes de cada fuerza política, pero en todo momento prevalecerá el criterio periodístico del medio para asignar la extensión de este espacio.

Imagen Informativa se reserva el derecho de otorgar mayor o menor cobertura a un partido o candidato y de jerarquizar la información que éstos generen de acuerdo a su relevancia.

En la difusión de encuestas y sondeos de opinión, el público conocerá siempre la fuente, al o los responsables de la aplicación del ejercicio.

Asimismo, IMAGEN procurará informar el tamaño de la muestra, la metodología, el margen de error y quién o quiénes financian la encuesta.

XI.- JUEGO LIMPIO

Para mantener un "Juego Limpio" en el desempeño de su tarea, el medio defiende:

Derecho de réplica.- Al presentar notas informativas, entrevistas, trabajos de investigación, o se consignent declaraciones que perjudiquen o cuestionen la reputación o desempeño profesional de una persona o grupo; o cuando sea necesario aclarar una información presentada en sus espacios, el o los afectados tendrán oportunidad de replicar y el medio la obligación de abrir el espacio para que manifiesten su posición.

Si eventualmente la información presentada por un reportero fuera replicada y éste tuviera elementos contundentes para hacerlo, se dará a representante de IMAGEN la oportunidad de contrarreplica, siempre en términos respetuosos.

Confidencialidad de las fuentes.- La confidencialidad de una fuente de información se protegerá cuando esté de por medio la integridad o la vida de una persona y el medio haya establecido un acuerdo de confidencialidad por estas razones.

Secreto profesional.- En los casos de investigaciones especiales, y en el manejo de información exclusiva por esta condición, las fuentes deberán ser conocidas por el equipo de noticias, que guardará secreto profesional ante cualquier requerimiento externo.

Imagen Informativa rechaza:

Opiniones por noticias.- Reporteros, redactores y conductores evitarán presentar como fuentes informativas a las que sólo aportan opiniones (columnas y artículos periodísticos, editoriales, análisis, estudios, ensayos, sondeos). Cuando se retome parcialmente el contenido de éstos deberá citarse el nombre del autor y el medio que lo publica.

Del mismo modo, cuando se reproduzcan juicios de valor, siempre deberá citarse la fuente, y se deberá evitar incurrir en generalizaciones como "según observadores" o "a juicio de analistas" al abordar un tema.

Listas negras.- Los comunicadores de Imagen Informativa tienen la obligación de no desacreditar o ignorar a un personaje o institución, si el medio ha enfrentado dificultades para obtener información de éstos (es decir, si han negado entrevistas, comunicados de prensa, discursos, informes especiales, etc.)

Protagonismo.- Reporteros, redactores y conductores se comprometen a no usar los espacios de Imagen Informativa para desahogar sus estados de ánimo respecto a los hechos de los que informan, sin el análisis y el tratamiento periodístico al que compromete este Código.

Sólo si añaden información valiosa, trascendente, los obstáculos para informar serán relatados.

Los reporteros no deberán pretender convertirse en protagonistas de los sucesos que relatan ni de los textos que redacten. Su función deberá ser suficientemente neutra para que el hecho que es noticia ocupe un primer plano.

Los matices se permiten, principalmente en las "crónicas de ambiente" y "notas de color", pero en todo momento los reporteros tendrán la obligación de redactar información equilibrada. La ironía, el sarcasmo, las metáforas o imágenes y el tono humorístico excesivos pueden distraer de lo sustancial a tratar.

XII.- RESPETO Y BUEN GUSTO

Privacidad.- Imagen Informativa se opone a invadir o perturbar el derecho de los individuos a la vida privada, aún en el caso de ciudadanos con actividad o función pública. Este precepto sólo estará limitado por el grado en el cual la conducta o comportamiento privado de estos ciudadanos afecte su desempeño público.

Menores de edad.- El medio evitará revelar la identidad de menores de edad, cuando éstos hayan sido víctimas de suicidio, homicidio, tortura, secuestro, agresión sexual o se hayan visto involucrados en la comisión de un delito no grave.

Delitos sexuales.- En informaciones relacionadas con el delito de violación sexual, también se evitará revelar el nombre de la víctima, salvo que se tenga el consentimiento de ésta o de sus familiares para hacerlo, o el caso sea conocido por la opinión pública.

Información sensacionalista.- Imagen Informativa procurará no difundir información sobre asesinatos, suicidios y secuestros, en el entendido de que no hará apología de este tipo de conductas. Sólo se abordarán estos temas y se revelará la identidad de los afectados cuando por su trascendencia no se puedan omitir.

Uso del lenguaje.- Se evitará el uso de lenguaje considerado "obsceno", salvo cuando resulte esencial para comprender el contexto, lo grave o inédito de un hecho noticioso.

Asimismo, se evitará el uso de expresiones que pudieran resultar ofensivas para algunos grupos de la sociedad ("indio", "naco", "sidoso", entre otras).

XIII.- PUBLICIDAD

Las emisiones y espacios de Imagen Informativa no deberán mezclar publicidad con información.

La publicidad siempre deberá aparecer acotada en cortes comerciales o en cápsulas de presentación y salida de las secciones que se comercialicen, con mención de quién o quiénes patrocinan, pero no dentro de los textos o notas informativas, a fin de que el público pueda diferenciar publicidad de contenidos informativos.

Los espacios publicitarios no podrán utilizarse para contradecir o matizar informaciones transmitidas en los noticieros u otros programas.

En todos los casos se aplicarán los criterios de independencia descritos en el apartado III de este Código.

XIV.- ERRORES DEL MEDIO

Las aproximaciones, inexactitudes y falta de meticulosidad en el trabajo periodístico pueden afectar la credibilidad del medio. Las omisiones y la falta de contexto pueden considerarse errores. Todo el equipo de noticias de Imagen Informativa tiene la obligación de reconocer y subsanar los errores que se cometan, aún y cuando el o los afectados no lo pidan, y antes de que el público lo exija. Las rectificaciones deberán hacerse en el mismo espacio, programa o emisión en el que se cometan errores. Reporteros y redactores tienen la obligación de releer sus notas, contextos y resúmenes informativos y de ellos será la primera responsabilidad por los errores. Sin embargo, los jefes de redacción y coordinadores de cada emisión serán responsables directos de lo que se transmita al aire.

XV.- COMUNICACIÓN CON PÚBLICO

Imagen Informativa mantendrá un contacto directo con su público a través de las vías telefónica, fax, correo electrónico u otra, y a difundir -cuando lo considere necesario- las opiniones sobre el trabajo de sus conductores, comentaristas, reporteros, redactores y productores, y sobre los temas que presente.

La opinión del público será tomada en cuenta en el tratamiento de las informaciones, pero en todo momento prevalecerá lo establecido en este Código.

* * *

Los lineamientos asentados en este Código de Ética son perfectibles, por lo que éste quedará sujeto a revisiones periódicas por parte del Consejo Editorial de IMAGEN.

CRITERIO, LIBERTAD, INDEPENDENCIA .

Ciudad de México, Enero de 2000.

* * *

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- * Normas y Ética del diario The Washington Post .
- * Declaración de principios de la Sociedad Estadunidense de Editores de Diarios (EU).
- * Código de Ética de la Sociedad de Periodistas Profesionales Sigma Delta Chi (EU).
- * Manual de Estilo del diario El País (España).
- * Manual de Estilo y Ética periodística del diario La Nación (Argentina).
- * Código de Ética del diario El Universal (México).

DECÁLOGO DE ÉTICA Y PRINCIPIOS DE GRUPO IMAGEN

¿Quiénes somos y a qué nos comprometemos?

Imagen Informativa es la división de noticias de Imagen Telecomunicaciones que produce servicios informativos con los que pretende contribuir al conocimiento, análisis y formación de opinión sobre hechos relevantes en la sociedad mexicana y en el mundo.

Imagen Informativa se define como un noticiario independiente, de información general, que respeta la pluralidad de ideas y se apegas al orden legal establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Imagen Telecomunicaciones e Imagen Informativa están obligados a mantener su independencia económica y política para evitar compromisos, derechos, imposiciones y/o presiones que obstruyan o deformen el trabajo periodístico en sus programas.

¿Por qué un Código de Ética?

Creemos en la autorregulación de los medios de comunicación frente a cualquier intento externo por restringir la libertad de prensa y libertad de expresión.

Estos son algunos de los principios básicos que nos rigen:

1.- Informar con veracidad y exactitud. Toda la información que presente IMAGEN (en radio, televisión e internet) debe estar comprobada. Reporteros, redactores y conductores están obligados a verificar y autenticar en forma sistemática cada noticia.

Rechazamos la presentación y difusión de "rumores" o "trascendidos", como noticias. Procuramos siempre revelar la fuente de origen de cada información.

2.- Independencia editorial. Nuestras informaciones, entrevistas y reportajes sólo responden al criterio e interés periodístico del medio. Los comentarios al aire son responsabilidad de quien los hace.

No realizamos notas, reportajes o entrevistas con funcionarios de gobierno, representantes de partidos políticos, organizaciones sociales, religiosas, o miembros de la iniciativa privada, cuando éstas no responden a un estricto interés informativo.

Privilegiamos el interés público por encima de los compromisos comerciales. Creemos que mantener una relación comercial o publicitaria con una empresa pública o privada, no nos obliga a omitir o censurar información sobre ésta, cuando se afecten los derechos e intereses de la mayoría.

3.- Conflictos de interés. No aceptamos compromisos económicos o laborales con las fuentes noticiosas.

Conductores, reporteros, redactores, jefes de información y productores tienen la obligación de mantenerse al margen de relaciones y actividades personales, políticas y comerciales que pudieran crear conflictos de interés reales o aparentes, que pongan en duda la integridad de su trabajo periodístico.

4.- Remuneración de nuestro trabajo. El trabajo de nuestros comunicadores lo retribuye exclusivamente la empresa. Nuestro personal no acepta retribuciones ajenas a las del medio por participar en la difusión o transmisión de una noticia.

Por regla general los gastos que se derivan de la cobertura de información son asumidos por el medio. En lo posible, durante giras de trabajo pagamos nuestros gastos.

5.- Regalos y trato diferencial. No aceptamos regalos de dependencias públicas o privadas. Tampoco ayuda económica, descuentos, subsidios o tratamientos especiales provenientes de éstas u otras fuentes noticiosas.

Nuestros comunicadores no pueden exigir a las fuentes de información entradas a espectáculos, eventos culturales y deportivos. Éstas sólo se aceptan cuando sirven para

el desempeño de una tarea informativa o de difusión. Este criterio también se aplica en el caso de libros y discos.

6.- Plagio y exclusividad de la información. Rechazamos el plagio. Nuestras redacciones y conductores están obligados a aclarar en todo momento cuando la información proceda de otro medio (radio, televisión, internet o prensa escrita) y a citarlo por su nombre.

Consideramos "información exclusiva" del medio a los reportajes y entrevistas concertadas por IMAGEN con personajes, funcionarios o representantes de una institución.

Nuestros reporteros están obligados a preservar la exclusividad de su información. Sólo los conductores, coordinadores de emisión o jefes de información determinarán de manera conjunta si una información puede ser retransmitida o parcialmente editada por otro medio con el que establezcan convenios.

7.- Tratamiento de la información. Para el tratamiento cotidiano de la información, consideramos básicos algunos preceptos:

a. Imparcialidad.- Procuramos presentar las noticias con un criterio abierto, libre de tendencias y sin prejuicios.

b. Contexto.- En cualquier caso, nuestra información debe presentarse con un contexto suficiente y objetivo, que permita una comprensión cabal de los hechos.

c. Equidad.- Procuramos no omitir hechos de importancia o significación primordial en torno a una noticia, o seleccionarlos de manera dolosa.

d. Puntos de vista opuestos.- Creemos que el contrapunto favorece el equilibrio y el análisis. Reporteros, redactores y comentaristas tienen la obligación y responsabilidad de recabar todos los puntos de vista de los actores involucrados en un hecho noticioso.

e. Seguimiento.- La información presentada al aire o por vía electrónica debe tener seguimiento, a partir de criterios periodísticos y tomando en cuenta los puntos anteriores.

El seguimiento es obligatorio en informaciones exclusivas del medio (notas y reportajes, entrevistas al aire, investigaciones de la redacción, sondeos y encuestas que hayan generado información periodística importante), y deberá mantenerse hasta agotar la relevancia del hecho noticioso.

8.- Tratamiento informativo en tiempos electorales. Durante procesos electorales (registros, campañas, debates, votaciones), en lo posible buscamos otorgar el mismo espacio a las informaciones y entrevistas con representantes de cada fuerza política, pero en todo momento prevalecerá el criterio periodístico del medio para asignar la extensión de este espacio.

Imagen Informativa se reserva el derecho de otorgar mayor o menor cobertura a un partido o candidato y de jerarquizar la información que éstos generen de acuerdo a su relevancia.

En la difusión de encuestas y sondeos de opinión, el público conocerá siempre la fuente o a los responsables de la aplicación del ejercicio. Asimismo, procuramos informar el tamaño de la muestra, la metodología, el margen de error y quién o quiénes financian la encuesta.

9.- Juego Limpio. Para mantener un "Juego Limpio" en el desempeño de nuestra tarea, defendemos:

Derecho de réplica.- Al presentar notas informativas, entrevistas y trabajos de investigación que perjudiquen o cuestionen la reputación o desempeño profesional de una persona o grupo; o cuando sea necesario aclarar una información presentada por IMAGEN, el o los afectados tendrán oportunidad de replicar y el medio la obligación de abrir el espacio para que manifiesten su posición.

Confidencialidad de las fuentes.- La confidencialidad de una fuente de información se protegerá cuando esté de por medio la integridad o la vida de una persona y así lo haya acordado el medio.

Secreto profesional.- En los casos de investigaciones especiales y en el manejo de información exclusiva, las fuentes deberán ser conocidas por el equipo de noticias, pero éste guardará el secreto profesional ante cualquier requerimiento externo.

Rechazamos:

Opiniones por noticias.- Evitamos presentar como fuentes informativas a las que sólo aportan opiniones (columnas y artículos periodísticos, editoriales, análisis, estudios, ensayos).

Quando se retome parcialmente el contenido de éstos deberá citarse el nombre del autor y el medio que lo publica. Cuando se reproduzcan juicios de valor, siempre deberá citarse la fuente.

Listas negras.- Los comunicadores de Imagen Informativa tienen la obligación de no desacreditar o ignorar a un personaje o institución, si el medio ha enfrentado dificultades para obtener información de éstos (entrevistas, comunicados de prensa, discursos, informes especiales, etc.)

Protagonismo.- Nuestros reporteros, redactores y conductores tienen el compromiso de no usar los espacios de Imagen Informativa para desahogar sus estados de ánimo respecto a los hechos de los que informan sin el análisis y el tratamiento periodístico al que compromete este Código.

10.- Respeto y buen gusto. Privacidad.- Imagen Informativa se opone a invadir el derecho de los individuos a la vida privada, aún en el caso de ciudadanos con actividad o función pública. Este precepto sólo estará limitado por el grado en el cual la conducta o comportamiento privado de estos ciudadanos afecte su desempeño público.

Menores de edad.- En el manejo de nuestras informaciones evitamos revelar la identidad de menores de edad, cuando éstos hayan sido víctimas de un homicidio, agresión sexual o se hayan visto involucrados en la comisión de un delito no grave.

Delitos sexuales.- Al igual que en el apartado anterior, en informaciones relacionadas con el delito de violación sexual evitamos revelar el nombre de la víctima, salvo que se tenga el consentimiento de ésta o de sus familiares para hacerlo, o el caso sea conocido por la opinión pública.

Información sensacionalista.- Imagen Informativa procurará no difundir información sobre asesinatos, suicidios y secuestros, en el entendido de que no hará apología de este tipo de conductas. Sólo abordaremos estos temas cuando por su trascendencia no se puedan omitir.

Uso del lenguaje.- Evitamos el uso de lenguaje considerado "obsceno", salvo cuando resulte esencial para comprender el contexto, lo grave o inédito de un hecho noticioso.

También, evitamos las expresiones que pudieran resultar ofensivas para algunos grupos de la sociedad ("indio", "naco", "sidoso", entre otras).

11.- Manejo de la publicidad. Procuramos no mezclar publicidad con información. La publicidad siempre debe aparecer acotada en cortes comerciales o en cápsulas de presentación y salida de las secciones que se comercialicen, con mención de quién o quiénes patrocinan, pero no dentro de los textos o notas informativas, a fin de que el público pueda diferenciar publicidad de contenidos informativos.

Asimismo, los espacios publicitarios no pueden utilizarse para contradecir o matizar informaciones transmitidas en los noticiarios u otros programas.

12.- Errores del medio. Los comunicadores de IMAGEN estamos obligados a reconocer y subsanar las inexactitudes y los errores que cometamos, aún y cuando el o los afectados no lo pidan, y antes de que nuestro público lo exija.

* * *

Los lineamientos establecidos en este Código de Ética son perfectibles, por lo que éste quedará sujeto a revisiones periódicas por parte del Consejo Editorial de IMAGEN.

CRITERIO, LIBERTAD, INDEPENDENCIA

Ciudad de México, Enero de 2000.

* * *

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- * Normas y Ética del diario The Washington Post .
- * Declaración de principios de la Sociedad Estadounidense de Editores de Diarios (EU).
- * Código de Ética de la Sociedad de Periodistas Profesionales Sigma Delta Chi (EU).
- * Manual de Estilo del diario El País (España).
- * Manual de Estilo y Ética periodística del diario La Nación (Argentina) .
- * Código de Ética del diario El Universal (México) .

BIBLIOGRAFÍA

- Abélès, Marc, *"Rituales y comunicación política moderna"*, *El nuevo espacio público*, México, Gedisa, 1992.
- Anguiano, Arturo, *El Estado y la política del cardenismo*, México, Ed. ERA, 1982.
- Ballesteros, Jesús, *Postmodernidad: decadencia o resistencia*, Madrid, Tecnos, 1989.
- Benjamin, Walter, *La democracia como proyecto de identidad ética*, México, Antropos-UAM Iztapalapa, 1992.
- Borges, Jorge Luis, *Manual de zoología fantástica*, México, Alianza, 1993.
- Borrat, Héctor, *El periódico, actor político*, México, Gustavo Gili, 1989.
- Casasola Zapata, Gustavo, *Historia Gráfica de la Revolución Mexicana*, Tomo X, México, Trillas, 1992.
- Castilla del Pino, Carlos, *La incomunicación*, Barcelona, Imagen, 1994.
- Casullo, Nicolás, *El debate modernidad-posmodernidad*, México, El cielo por asalto, 1993.
- CE-ACATL, *Democracia y Soberanía nacional (ponencia del grupo de trabajo 7)*, 1996.
- Cuadernos del SUA, *Introducción al estudio de la opinión pública*, México, UNAM / Facultad de Ciencias Políticas y Sociales / Sistema de Universidad Abierta, 1994.
- De la Madrid Hurtado, Miguel, *Renovación moral, Las razones y las obras, Gobierno de Miguel de la Madrid, Crónica del sexenio 1982-1988*. Primer año. Diciembre.

- Dorantes, Gerardo; Arrache, Roberto; Molina, Silvia; Sotomayor, Germán; *Prensa y derecho a la información*, UNAM, México, 1980.
- Fernández Christlieb, Fátima, *Los medios de difusión masiva en México*, México, Juan Pablos Editor, 1992.
- Folliet, Joseph, *La información hoy y el derecho a la información*, Santander, Editorial Sal Terrae, 1972.
- Fox, Elizabeth (et. al.), *Medios de comunicación y política en América Latina*, México, Gustavo Gili, 1989.
- Gálvez Cancino, Felipe, Los felices del alba. (La primera década de la radiodifusión mexicana), Tesis de Licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva. FCPyS, UNAM, México, 1975.
- García, Gustavo, y Coria, José Felipe, *Nuevo cine mexicano*, México, Clío, 1997.
- García Calderón, Carola Evangelina, *El poder de la publicidad en México*, tesis doctoral en Sociología, FCPy S, México, 1996.
- Germani, Gino, "Surgimiento y crisis de la noción de opinión pública", *La opinión pública*, Buenos Aires, Paidós, 1992.
- Gran diccionario enciclopédico ilustrado*, México, Selecciones del Reader's Digest, 1979.
- Habermas, Jürgen, *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, Gustavo Gili, 1982.
- Habermas, Jürgen, *Conciencia moral y acción comunicativa*, México, Península, 1991.
- Habermas, Jürgen, *Ensayos políticos*, Barcelona, Península, 1988.
- Habermas, Jürgen, *Teoría de la acción comunicativa*, Madrid, Taurus, 1987.

- Habermas, Jürgen, *Facticidad y validez*, España, Trotta, 1998.
- Habermas, Jürgen, "Modernidad versus postmodernidad", *Modernidad y postmodernidad*, México, Alianza, 1990.
- Heidegger, Martin, *Sendas perdidas*, Buenos Aires, Losada, 1960.
- Huntington, Samuel P., *El orden político en las sociedades en cambio*, Buenos Aires, Paidós, 1992.
- Iyengar, Shanto y Kinder, Donald R., *La televisión y la opinión pública: la información es poder*, Barcelona, Gemika, 1993.
- Izuzquiza, Ignacio, *La sociedad sin hombres*, México, Anthropos, 1991.
- Kundera, Milán, *La inmortalidad*, Barcelona, Tusquets Editores, 1989.
- Labarriére, Jean-Louis y Lazzeri, Christian, *Teoría política y comunicación*, Barcelona, Editorial Gedisa, 1992.
- Lazarsfeld, Paul F., *Public opinion and the Classical Tradition*, copias fotostáticas.
- Luhmann, Niklas, *Sistemas Sociales*, México, Universidad Iberoamericana/Alianza Editorial, 1991.
- Luhmann, Niklas, *Sociología del riesgo*, México, Universidad Iberoamericana-Universidad de Guadalajara, 1992.
- McLuhan, Marshall, *La aldea global*, México, Diana, 1989.
- McLuhan, Marshall, *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, México, Diana, 1989.

- Moscovici, Serge, *La era de las multitudes (un tratado histórico de sociología de las masas)*, México, Fondo de Cultura Económica, 1993.
- Noelle-Neumann, Elisabeth, *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Paidós Comunicación, Barcelona, España, 1995.
- Novo, Salvador, *La vida en México en el periodo presidencial de Lázaro Cárdenas*. Compilación de José Emilio Pacheco, México, INAH-Conaculta, 1994.
- Pía Lara, María, *La democracia como proyecto de identidad ética*, México, Anthropos UAM-Iztapalapa, 1992.
- Rabotnikof, Nora, *Espacio público y la democracia moderna*, México, Instituto Federal Electoral, 1997.
- Ramírez Fuentes, Carlos, *La reforma institucional como prerrequisito para la transición a la democracia en México*. Tesis de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.
- Reed Torres, Luis; Ruiz Castañeda, María del Carmen, *El periodismo en México: 500 años de historia*, Editorial EDAMEX, México, 1995.
- Rivadeneira, Raúl, *La opinión pública: Análisis, estructura y métodos para su estudio*, México, Trillas, 1995.
- Rodríguez Castañeda, Rafael, *Prensa vendida*, Ed. Grijalbo, México, 1993.
- Sartori, Giovanni, *Homo videns, La sociedad teledingida*, México, Taurus, septiembre 2000.
- Sartori, Giovanni, *Teoría de la democracia*, México, Alianza, 1978.
- Sauvy, Alfred, *La opinión pública*, Barcelona, Oikos-Tau, 1971.

- Schmitt, Carl, *Teoría de la Constitución*, Madrid, Alianza - Universidad, 1992.
- Secretaría de Programación y Presupuesto, *Plan Global de Desarrollo 1980-1982*.
- Sprott, W. J. H., *La opinión pública*, Buenos Aires, Paidós, 1992.
- Toffler, Alvin, *El shock del futuro*, México, Arca de Papel, 1970.
- Touraine, Alain, "Comunicación política y crisis de la representatividad", *El nuevo espacio público*, México, Gedisa, 1992.
- Touraine, Alain, *Crítica de la modernidad*, México, Fondo de Cultura Económica, 1995.
- Trejo Dalarbre, Raúl, *La prensa marginal*, Editorial El Caballito, México, 1975.
- Trejo Dalarbre, Raúl, *Volver a los medios*, Editorial Cal y Arena, 1997.
- Villanueva, Ernesto, *El sistema jurídico de los medios de comunicación en México*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Triana, 1995.
- Vivaldi, Martín, *Géneros periodísticos*, Madrid, Prisma, 1973.
- Weber, Max, *La política como vocación, Escritos políticos II*, México, Folios, 1982.
- Wolton, Dominique, *El nuevo espacio público*, México, Gedisa, 1992.
- Young, Kimbal, *La opinión pública*, Buenos Aires, Paidós, 1992.
- Zaid, Gabriel, *Adiós al PRI*, México, Océano, 1995.

HEMEROGRAFÍA

Acosta Valverde, Miguel y García, Miguel A., "Arte de estrategias videopolíticas", *Revista Mexicana de Comunicación*, Agosto - Septiembre de 1997, p. 21.

Aguayo, Sergio, "Le falta audacia a la prensa mexicana: The New York Times", *La Jornada*, 16 de agosto de 1996, p. 10.

Aguilar Villanueva, Luis F., "Una reconstrucción del concepto de opinión pública", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, México, UNAM/Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, No 130, Octubre- Diciembre 1987, p. 107.

Alemán Velasco, Miguel, *Revista Mexicana de Comunicación*, Mayo-Junio de 1996, p.1.

Burgoa Orihuela, "Buscan los gobiernos legislar el Internet", *El Financiero*, 26 de agosto de 1996.

Chávez, Víctor, "La Coordinación de Comunicación, primer caso para el control informativo: PAN y PRD", *El Financiero*, México, junio 28 de 1996, p. 7.

Comejo, Jorge Alberto, "Insta Lourdes Galaz a legislar el derecho a la información", *La Jornada*, 24 de junio de 1996, p. 22.

Delgado, Alvaro, "Legislar o no en comunicación, de nuevo a debate", *Proceso* número 1244, 3 de septiembre de 2000, p. 35.

Documentos inéditos de la SEP, 1996.

Esteinou Madrid, Javier, "Sequías, culturas y comunicación", *Excélsior*, 19 de septiembre de 1996, p. 10.

Fernández Santillán, José, "Habermas: sociedad civil y política deliberativa", *Este País*, noviembre 2000, México, D. F.

- González Garrido, Patrocinio, "El Simposio Internacional de Editores de Periódicos Diarios", *El Nacional*, 5 de junio de 1993. Cfr. J. R. C., "Censura sin medida", *Semanario Motivos*, número 116, 11 de octubre de 1993, pp.12-13.
- Granados Chapa, Miguel Angel, Poder y ética periodística, *Reforma*, 5 de octubre de 1996, p. 7.
- Krause, Enrique, "Momento republicano", *Proceso* número 1244, 3 de septiembre de 2000, p. 18.
- Krause, Audrie, (fundador del grupo Net Action, quien se opone a la legislación del Internet), *El Financiero*, 26 de agosto de 1996, p. 47.
- López, Mayolo, "Quieren a medios oficiales dependientes de la SEP", *Reforma*, México, D. F., 8 de noviembre de 2000, primera plana.
- López, Mayolo, "Modifican panistas proyecto de Sahagún", *Reforma*, México, D. F., 9 de noviembre de 2000, primera plana.
- Lozoya, Jorge A., *Nueva Política*, Volumen I, Número 3, Julio - Septiembre 1976, p. 53.
- Marín, Carlos, La información y la prensa, *Revista Mexicana de Comunicación*, agosto de 1995, p. 16.
- Marín, Carlos, "La relación entre el gobierno y los medios de comunicación, en debate", *Proceso* número 293, México, 14 de junio de 1982, p.18.
- Marín, Carlos, "Con el elogio mutuo, prensa y gobierno disfrazan su desconfianza", *Proceso* número 345, México, 13 de junio de 1983, p. 20.
- Martínez, Raúl, "Insustancial la oferta informativa de la prensa: Riva Palacio", *Revista Mexicana de Comunicación*, 1995, pp.32-34.

Matiz Gráfico del Diseño Internacional, Número 5, 1997, p. 36.

Mejía Barquera, Fernando, El Estado emisor, revista *Etcétera*, México, noviembre 2000.

Molina y Vedia, Silvia, "Conceptos básicos para el estudio de la credibilidad política según la teoría de los sistemas autorreferentes y autopoieticos de Niklas Luhmann", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Número 162, Octubre - Diciembre 1995, p. 28.

Moreno, Daniel, "Concentrarán en los Pinos información y publicidad", *Reforma*, año 7, número 2521, 6 de noviembre de 2000, México, D. F., primera plana.

Nieto Irigoyen, Ricardo, "Medios de comunicación", *El Financiero*, Julio de 1996, p. 29.

Ortega, Gregorio, "Reflexión para el ombudsman del lector", *El Nacional*, México, 7 de junio de 1992, p. 23.

Ortiz Pinchetti, Francisco, "En 1946 se implanta la corrupción como guía y objetivo del poder", *Proceso*, número 342, México, 23 de mayo de 1983, p. 8.

Paoli Bolio, José Fco., "La tvdisputa", *El Financiero*, 11 de julio de 1996.

Rayuela, *La Jomada*, México, 13 de junio de 1996, p. 56.

Reportaje. Percepción e información. *Reforma*, 7 de julio de 1996, pp. 22-23.

Revista Mexicana de Comunicación, Suplemento Especial, "Agenda para una nueva legislación en medios", México, mayo 1983, p. I.

Rosen, Jay, "Hacia una nueva agenda pública para el periodismo", *Revista Mexicana de Comunicación*, Diciembre 1994 – Enero 1995, número 38, p. 16.

Ruiz-Healy, Juan, "Elecciones de gobernador del Distrito Federal", *Novedades*, 15 de septiembre de 1996, p. B3.

Sánchez Armas, Miguel Ángel, "El lugar de la comunicación en las sociedades democráticas", *Revista Mexicana de Comunicación*, Agosto - Septiembre 1997, p. 4.

Sartori, Giovanni, "México no está en el colapso", *El Financiero*, 4 de julio de 1996, p. 44.

La tesis de Licenciatura no la dediqué porque fue un trámite. Esta tesis de Maestría no sólo contiene teoría, sino vivencias, sentimientos y experiencias que enriquecieron cada palabra aquí expuesta.

A México: En 1999 constaté que en todo el mundo eres un país único... eres una chingonería... simplemente... TE AMO...y aunque muchos piensan que reniego de ti... reitero mi convicción de dar mi vida por ti.

A la Universidad Nacional Autónoma de México: No sólo me inculcaste el amor al conocimiento, sino me enseñaste el humanismo que en estos tiempos es escaso....Mi Gran Universidad de la Vida.

A mis profesores de la FCPyS: Crearon en mi un gran monstruo, peligroso para el establishment..... **Por mi raza hablará el espíritu...** y no es una amenaza.

A mi Director de Tesis Murilo Kuschik: Gracias por devolverme la confianza, la fe y el coraje para concluir esta tesis.

A Mi Doble: Mi gran Amigo, Guía, Maestro y ejemplo de la **cultura del esfuerzo** ... eres el rostro humano y ético de la política.

A Francisco Sosa: La cabeza no sólo es para darle bellas formas al cabello, sino para crear ideas creativas. Demuestro una vez más, como otros lo han hecho, que la generación de **sabandijas** y **cabrones** que educó creemos en sus palabras, las cuales no se las llevó al sepulcro.

A Francisca Robles: Eres culpable de mi formación, para el sistema político mexicano y mundial, deformación... ¿Querida Maestra ahora quién le dirá a Francisco Sosa que concluí esta misión?

A Fernando Tovar y de Teresa: Siempre agradeceré tu opinión: a pesar de las vicisitudes en la política, nunca permitas que nadie ni nada pisotee la dignidad.

A Cabruno: recuerda la promesa que te ofrecí mientras demostrabas a la vida el amor que le tenías y a la que finalmente te aferraste.

A Patrañas: AMIGA siempre estuvimos juntas en el estudio, en el reventón, con los viejos, en mi enfermedad... y por qué no hasta donde el mundo de las coincidencias nos lleve.

A Eduardo Serdán Castro: Lo prometido es deuda... esta deuda es realidad. Gracias.

A Luis Alfonso Alvarez Ortiz Rubio: ¿Recuerdas?... **Arriba y adelante...** y no me dejaste ni un segundo cuando estaba muerta en vida y todos me abandonaron... **No hay peor amigo o enemigo que tu mismo...** cuando noches y días me sedujo la puerta falsa... Estoy segura que tu bisabuelo está orgulloso de ti porque a pesar de que tu vida es un big bang, los poderes detrás del trono no te pudrieron el alma.

Al Dr. Leonardo González Navarro: Me regresó la alegría de vivir y me hizo comprender... **Primero gobiernate antes de querer gobernar.**

A mi bisabuelo Albino Ortiz Manzo: Cuando por el designio de Dios salvaste tu vida del fusilamiento durante la Revolución Mexicana, y tuviste la entereza para soportar la pérdida de dos de tus hijos por la causa "Tierra y Libertad", en donde quiera que estés quiero decirte que tu lucha no fue inútil porque mientras el Creador lo permita y se presente la ocasión, nunca dejaré que malnacidos humillen a México.

A mi bisabuelo Ramón García Garibay: Tu lucha con Venustiano Carranza durante la Revolución Mexicana fue un poco fresca, pero esto no te resta mérito, pues fuiste un hombre de principios políticos firmes y formador de grandes hombres que actualmente tienen la responsabilidad de llevar los rumbos de la Nación.

A mi abuelo Fernando Mariscal Viruete: Por defender tus convicciones y cumplir con tu deber de líder político, no te intimidaste por el cañón de aquella pistola que casi te quita la vida y tanto hizo sufrir a mi abuela y mi papá.

A mi abuelo Ramón García Roaro: Heredero de los más valiosos principios de un ideólogo de la Revolución Mexicana... disciplina, honor y rectitud... hay muchos hombres, pero pocos caballeros como tu.

A Carmen Ortiz Barragán: Abuelita linda, el amor al prójimo y a la Patria que siempre te inculcó el General Emiliano Zapata cuando te observaba con sus profundos ojos negros, no cesaste de transmitirlo y ahora soy heredera de sus principios.

A mi Mamá: Si Coatlicue viviera te llevaría a su gabinete porque eres una magnolia de acero.

A mi Papá: Aunque para mi eres un anarquista y por ello no podemos hablar de política y religión, y mi lenguaje no te gusta, quiero decirte que doy gracias a Dios porque en mi DNA me heredaste parte de lo chingona que soy ahora.

A Rodrigo (Bakunin) y Daniela Mariscal: Cuando comprendan estas palabras, su tía María Marisol ya estará media ruca: Tienen el enorme compromiso de hacer el bien por México y por la gente más necesitada; asuman la vocación que sus corazones les dicten, pero no olviden que de ustedes depende mejorar las condiciones de vida de futuras generaciones... Hay mucha porquería por limpiar.

En un día soleado, mientras observaba la ciudad de Atenas desde el derruido Partenón, me surgió con tristeza y coraje el siguiente cuestionamiento: ¿Qué pasó con este país que es la cuna de la cultura occidental (Grecia), Por qué cayó el Imperio Romano..... y por qué coños si en México tuvimos los Imperios Maya y Azteca, todos ahora estamos inmersos en graves crisis económicas, políticas, culturales y sociales?

Concluí: por la pérdida de valores humanísticos y porque el hombre se siente superior a Dios y la naturaleza... porque el dinero es capaz de comprar y corromper conciencias. El poder siempre le quedará grande al ser humano.