



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

CENTRO DE ESTUDIOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**COMUNICACIÓN, DERECHO Y TECNOLOGÍA:
trinomio elemental del cambio**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESPECIALIDAD EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

P R E S E N T A :

ANTONIO VALENTÍN GALVÁN PUENTE

ASESOR: Dr. Ruperto Patiño Manffer

Septiembre de 2008





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.

Lo que importa es el establecimiento, o restablecimiento, de verdaderos lazos de comunicación entre los seres humanos. Los instrumentos técnicos para ello ya existen. Por fin están en nuestras manos (D'Arcy, 1983, p .xxv).

AGRADECIMIENTOS

Este texto es el resultado no sólo de mi vida académica como estudiante de comunicación, sino de mi vida personal, pues hace casi treinta años la UNAM unió a mis padres, quienes ostentan el mismo grado que con este escrito persigo. Así, estas líneas se las dedico a ellos, mis dos más grandes tesoros, y a sus grandes maestros de vida, de quienes mi familia recibió enseñanzas únicas: Enrique Brito, Miguel López y José Pichel. También a mis abuelos que educaron a Antonio y a Margarita quienes me han enseñado a ser un hombre de bien, a mi hermana, Sofía, y a Hortensia Puente quien le ha dedicado su vida entera a mi familia.

Existo gracias a la libre UNAM y soy gracias a quienes me enseñaron el arte de la comunicación: Carmen Avilés, Teresa Camarillo, Susana González, Gabriel Pérez y Rafael Reséndiz; y a quienes me instruyen en mi segundo camino, la ciencia del derecho: Wendy Godínez, Soledad Gervasio, Mauricio Mendoza, Rafael Muñoz, Leticia Quintana, Alma Sánchez y Araceli Trinidad. Asimismo, para la formulación de este escrito la influencia de Guillermina Baena, Alejandro Gallardo, Felipe López, Patricia Maldonado, Graham Meikle, Ruperto Patiño y Guillermo Tenorio ha sido elemental, pues ellos inspiraron o ayudaron a delinear muchas de las ideas plasmadas en este documento.

Las personas e instituciones que me llevaron a conocer otros mundos, como Daniëlle Boucher, Alexander Gahr, Elizabeth Sweet, la Escuela Preparatoria de Charles City en Iowa y la de Westfalia en Bielefeld, me aportaron una visión intercultural e internacional de la comunicación a la que le he encontrado las más diversas aplicaciones en mi vida diaria y profesional.

También en el camino hubo quienes me mostraron la función administrativa y comercial de la comunicación, en línea con la mercadotecnia y la publicidad. Indispensable en ese trecho fueron la Universidad Macquarie en Sydney, la Universidad de California en Berkeley y los brillantes hombres y mujeres de negocios que en sus aulas imparten cátedra: George Cluff, Elizabeth Christopher, Susan Davis, Greg Elliot y James Lincoln. En la misma línea me llevaron Salvador García, Efraín Pérez y Adriana Reynaga, al igual que los dos más brillantes jóvenes emprendedores que he conocido: Dimity Huckel y Keri Ramírez.

En la fase que este escrito concluye fue esencial el apoyo y la confianza de Lisa Barrett, Chaterine Chartlon, Héctor Franco, Sook Hollingshead, Sue Lubbers, Dalinda Pérez, Davina Potts y Víctor Rossi, pues ellos confiaron en mis capacidades profesionales y me motivaron a continuar con mi preparación académica. En este tenor, una mención indispensable para mis incansables amigos, que siempre me han tendido la mano: Mauricio Bastián, Luis Guerrero, León Gutiérrez, Laura Herrera, Alejandra López, Carlos Mendoza, José Peña, Yadira Peña, Vanessa Pérez, Ulises Quero, Jeffrey Reidhead, Alejandro Rivera, Lizzette Rosas, Gabriel Tamariz, Erika Trejo, Fabiola Triana, Karla Urrutia, Felipe Valdivieso y Carlos Zúñiga; y para los que desde otros continentes siempre están en mi pensamiento: Majkeen Boennlyke, Alfredo Caballero, Jeannette Geesmann, Maria Mittag, Rose Rijadi, Yizreel Urquijo y Sunny Wu.

Toda mi formación profesional no hubiera sido posible hasta este punto sin los apoyos otorgados por la UNAM, la Secretaría de Educación Pública, IDP Education Australia y el Instituto Mexicano de la Juventud.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN GENERAL

1

CAPÍTULO PRIMERO

1. Centralidad de la comunicación mediada en las sociedades contemporáneas

5

Introducción

5

1.1. Intensificación de la comunicación pública

7

1.1.1. El siglo del principio del libre cambio

7

1.1.2. El siglo de la oportunidad y la inmediatez

9

1.1.3. El siglo que inicia con la red de redes

10

1.2. Aparición del interés en la comunicación como fenómeno social

12

1.2.1. Configuración contemporánea de la comunicación como objeto de estudio

12

1.2.2. Escuelas emblemáticas en el estudio de la comunicación

14

1.2.2.1. La escuela de Chicago

15

1.2.2.2. La escuela de Palo Alto

19

1.2.2.3. La escuela de Frankfurt

19

1.2.2.4. La escuela francesa

21

1.3. La comunicación humana

21

1.3.1. Comunicación y complejidad

21

1.3.2. Niveles de la comunicación humana

22

1.3.2.1. Comunicación intrapersonal

23

1.3.2.2.	Comunicación interpersonal (verbal y no verbal)	23
1.3.2.3.	Comunicación intragrupal	24
1.3.2.4.	Comunicación intergrupala	24
1.3.2.5.	Comunicación colectiva	24
1.3.2.6.	Comunicación social	25
1.4.	Modelos de comunicación	27
1.4.1.	Procesos de comunicación gráficos	27
1.4.1.1.	Modelo fundador de Aristóteles	28
1.4.1.2.	Modelo de Shannon y Weaver	29
1.4.1.3.	Modelo de Lasswell	30
1.4.1.4.	Modelo de Lasswell-Nixon	31
1.4.1.5.	Modelos de Wilbur Schramm	32
1.4.1.5.1.	Adaptación del modelo de Shannon y Weaver al sistema de comunicación humana	32
1.4.1.5.2.	Modelo de comunicación interpersonal	33
1.4.1.5.3.	Modelo del procesamiento del mensaje	34
1.4.1.5.4.	Modelo de comunicación interpersonal y procesamiento interno del mensaje	35
1.4.1.5.5.	Modelo de la comunicación colectiva	36
1.4.1.6.	Modelo matriz para el análisis comunicacional de mensajes o noticias	37
1.4.1.7.	Modelo Comunicación-Derecho-Tecnología: trinomio elemental del cambio social	38
	Conclusiones	40
	Referencias	42
CAPÍTULO SEGUNDO		
2.	Los medios de comunicación como paradigmas tecnológicos	45
	Introducción	45

2.1.	La influencia de la tecnología en los medios de comunicación	47
2.1.1.	Tecnología y cambio social	47
2.1.2.	Tecnología y formas mediáticas	48
2.1.3.	El medio de comunicación determina al mensaje	50
2.1.4.	Globalización y pluralismo informativo: promesa de las nuevas tecnologías	51
2.2.	La convergencia tecnológica en su ejemplo contemporáneo: la Internet	53
2.2.1.	La sociedad de la información	53
2.2.2.	Tecnologías de los medios de comunicación como paradigmas	55
2.2.3.	El paradigma convergente	57
2.2.4.	La red de redes	58
2.3.	Un ejemplo personal: comunidades virtuales en mi laptop	60
2.3.1.	La Internet: posibilidad de todos los medios en un solo aparato	60
2.3.2.	Los desenchufados: la tarea pendiente	62
	Conclusiones	64
	Referencias	66
CAPÍTULO TERCERO		
3.	La comunicación como factor de desarrollo: el derecho a la información	69
	Introducción	69
3.1.	De la ética y la deontología al derecho en la comunicación pública	71
3.1.1.	El negocio de la industria mediática	71
3.1.2.	La ética periodística	72
3.1.3.	La deontología en el ámbito mediático	74
3.1.4.	La importancia del derecho en la comunicación pública	75
3.2.	Constitución del interés jurídico por la comunicación pública	76

3.2.1.	Funciones ideales de los medios de comunicación masiva	76
3.2.2.	Impacto de los medios de comunicación masiva	77
3.2.3.	La comunicación mediada como proceso de interés jurídico	78
3.3.	El derecho a la información	79
3.3.1.	Aparición del derecho a la información en la Declaración Universal de los Derechos Humanos	79
3.3.2.	Los medios de comunicación y el derecho a la información	80
3.3.3.	El Informe MacBride	82
3.4.	El derecho y el nuevo medio: la Internet	85
3.4.1.	Un nuevo paradigma jurídico	85
3.4.2.	Las promesas de la Internet en debate	86
3.5.	La situación en México	87
3.5.1.	El paradigma clásico de estudio: la radio y la televisión	87
3.5.2.	La legislación aplicable al binomio comunicación-derecho	89
3.5.3.	¿Puede la Internet garantizar el derecho a la información?	91
3.5.4.	Un esfuerzo ciudadano: Libertad de Información-México A.C.	95
	Conclusiones	99
	Referencias	101
	CONCLUSIONES GENERALES	107
	LISTA DE REFERENCIAS	111
	LISTA DE FUENTES	121

INTRODUCCIÓN GENERAL

De acuerdo con Wright Mills (citado en Guinsberg, 1985, p. 9), los medios de comunicación masiva “le dicen al hombre de masa quién es: le prestan una identidad; le dicen qué quiere ser: le dan aspiraciones; le dicen cómo lograrlo: le dan una técnica; le dicen cómo puede sentir que es así, incluso cuando no es: le dan un escape”. Precisamente con base en afirmaciones como ésta concebí una de las nociones principales de esta tesis: la centralidad de los procesos de comunicación en las dinámicas sociales contemporáneas. La relación entre los medios de comunicación masiva y la sociedad es apasionante y de ahí la primera motivación para la redacción de estas líneas.

Cada fenómeno social tiene un surgimiento muy específico en tiempo y en espacio. En el momento que una dinámica se vuelve central ésta empieza a ser analizada y teorizada. Así, el derecho –por ejemplo– ha sido estudiado desde Roma y a partir de entonces se ha subrayado su centralidad dentro de las interacciones sociales. De esta forma, el estudio del derecho surgió cuando aparecen interrogantes relacionadas con la esencia de la justicia mientras que el de la economía apareció cuando fue necesario entender el papel de los procesos de producción en las dinámicas sociales. El capítulo primero de esta tesis bosqueja el surgimiento de los estudios en comunicación, mismo que apareció cuando –sostengo en esta tesis– las dinámicas de comunicación colectiva se intensificaron en la sociedad como el resultado de la aparición de tecnologías específicas.

En línea con las ideas del párrafo anterior, en el primer capítulo explico cómo y cuándo se intensificó la centralidad de la comunicación para hacerla susceptible de estudio. En este capítulo aparece un recuento histórico no sólo de los estadios tecnológicos que facilitaron esta

situación, sino de las principales escuelas teóricas que reflexionaron sobre la función social y centralidad de la comunicación. En un intento por recuperar las principales nociones del estudio de la comunicación humana, al final de este capítulo presento los principales modelos fundadores del estudio de la comunicación y explico cómo se pueden construir híbridos para casos de estudio particulares. En esta sección presento un modelo que explica gráficamente las ideas principales de esta tesis.

El segundo capítulo vincula a los medios de comunicación con el desarrollo tecnológico y éste a su vez con el avance social. De ahí que con este capítulo explico cómo las implicaciones tecnológicas de los procesos de comunicación humana se relacionan con el avance social. Asimismo, aparece un ejemplo personal donde todas las aproximaciones teóricas presentadas hasta ese punto se ejemplifican y explico que la convergencia tecnológica es un fenómeno experimentado sólo por los seres humanos con acceso a la tecnología de punta. De ahí que las magníficas posibilidades del binomio comunicación-tecnología se encuentren al alcance de muy pocos habitantes del mundo.

Finalmente, en el tercer capítulo –con base en los tres anteriores– subrayo una vez más la centralidad de la comunicación y le adjudico una dimensión jurídica: en él sugiero que el desarrollo que se puede obtener mediante procesos eficientes e incluyentes de comunicación está más allá de consideraciones éticas o deontológicas. El derecho aparece aquí como una herramienta clave para garantizar la comunicación como derecho humano. Ignacio Burgoa, ilustre jurista mexicano, señalaba que las garantías individuales son los elementos básicos para que una persona se pueda desarrollar adecuadamente. De ahí que este capítulo indique cómo es que jurídicamente la comunicación es un derecho natural y una garantía individual necesaria para el desarrollo humano.

Este último capítulo señala cómo es que a pesar de las grandes posibilidades tecnológicas con las que hoy se cuenta no existe equidad en el acceso a la información. Mediante la distinción entre ‘pobres en información’ y ‘ricos en información’ se fomenta la división entre ‘pobres en

recursos económicos' y 'ricos en recursos económicos'. Este capítulo sugiere que la Internet como medio último no ha podido abatir este mal como alguna vez se pensó. Finalmente, se destaca el trabajo de las organizaciones de la sociedad civil por intentar fomentar en el nivel cultural la importancia de la información como insumo.

Es indispensable señalar que esta tesis no pretende generar discusiones epistemológicas en torno a la comunicación. En estas líneas la comunicación no es tratada ni como ciencia ni como disciplina: se aborda como un proceso susceptible de estudio social. En lo referente a conceptos, la Internet aparece reiteradamente referida como medio de comunicación, pues este texto se inclina por considerar a la red de redes como un medio de comunicación interactivo sin entrar en discusiones conceptuales que justifiquen su inclusión en esta categoría. La perspectiva histórica de las tecnologías de los medios de comunicación presentada en este trabajo justifica cómo la carretera de la información entra en la línea evolutiva de los medios de comunicación, por lo que este texto opta por clasificarla en ese sentido. Finalmente, no es de interés de este trabajo discutir el concepto de 'masa' y sus implicaciones negativas, por lo que el término 'medio de comunicación masiva' puede ser interpretado –en estas líneas– como equivalente a 'medio de comunicación colectiva'.

En una línea institucional, este texto subraya una función social de la comunicación, pues emana de las aulas de una Universidad pública y de una Facultad que se centra en el análisis de los procesos sociales. De ahí que como tesis que persigue un grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación se aborden los procesos de comunicación en la sociedad. Sin embargo, es indispensable mencionar que el estudio contemporáneo de los procesos de comunicación mucho se ha separado de la concepción desarrollista y alternativa que tuvo en los años setenta y ochenta, y se ha aproximado a nuevas áreas, principalmente mercantiles y administrativas, pero también pedagógicas y educativas.

De manera personal, mi gusto por la comunicación organizacional, la comunicación empresarial, la mercadotecnia y la publicidad, y mi experiencia profesional en esas áreas me

han llevado a entender cuál es la función mercantil de los procesos de comunicación. De ahí que esta tesis se me presente como un reto por entender cuál es la función social de estos procesos y cómo se vinculan con la segunda carrera que estudio: derecho.

Este trabajo de titulación surge de posturas eclécticas que reflejan mi formación como comunicólogo. Estas líneas no constituyen un análisis sociológico de las teorías de la comunicación; mucho menos un análisis jurídico de la comunicación pública. Este trabajo es una búsqueda por añadir –con base en ejemplos claros, sucintos y reales– el factor derecho al ya tan conocido binomio comunicación-tecnología. En ese sentido, se trata de un trabajo que invita a la reflexión del lector y surge de una perspectiva ético-filosófica que versa sobre el deber ser de la comunicación y busca traer al contexto del principio del siglo veintiuno las casi desaparecidas nociones de comunicación para el desarrollo.

Con el fin de optimizar la lectura del texto, las citas se han hecho mediante el sistema de referencias de la Universidad de Harvard, mismo que hace referencia entre paréntesis al año de publicación de la obra y –en su caso– apellido del autor y página, con lo que se pueden encontrar los datos completos en la sección de referencias al final de cada capítulo o al final de la tesis. En ese sentido, se reservan las notas a pié de página sólo para aclaraciones y comentarios sobre el texto mismo. Al final del trabajo se incluye una lista con fuentes relevantes para los temas abordados en esta tesis.

CAPÍTULO PRIMERO

La centralidad de la comunicación mediada en las sociedades contemporáneas

Introducción

En el momento en que un proceso se convierte central para la sociedad, ésta empieza a encontrar modelos, técnicas y metodologías para estudiarlo. Así, cuando aparecieron nociones como bien común y justicia se comenzó a configurar el estudio del derecho; al aparecer problemas relativos a la distribución económica se empezaron a dibujar las bases de la economía; y este capítulo explica cómo se configuró el estudio de los procesos de comunicación y qué fenómenos lo llevaron a convertirse en objeto de interés no sólo de los centros universitarios en todo el mundo sino de las sociedades en general.

Como se ahondará más adelante, los procesos de comunicación han sido estudiados por siglos. Sin embargo, este capítulo explica la intensificación de la comunicación pública, pues es ésta causante de la intensificación misma del interés en materia de comunicación por parte de las sociedades modernas y contemporáneas. El siglo del libre cambio: el diecinueve; el de la inmediatez y la oportunidad: el veinte; y el que recién inició de la mano de la Internet: el veintiuno, son cruciales para comprender cómo se ha fortalecido el paradigma de estudios de comunicación pública de la mano de los avances tecnológicos que han acontecido en los últimos años.

Sin embargo, esta perspectiva histórica del avance tecnológico tiene que complementarse con un recuento de las escuelas que primeramente tomaron a la comunicación como objeto de estudio, pues en conjunto han ayudado a configurar la noción contemporánea de la comunicación y de su función social. En este sentido, hay una relación intrínseca entre la aparición de nuevas tecnologías que facilitaron el perfeccionamiento de los medios de comunicación pública y la intensificación del interés en el estudio de los procesos de comunicación en la sociedad.

Entrar en el estudio de la comunicación y su historia conduciría a una serie de conceptos y discusiones de tipo epistemológico. Ante una intensa discusión académica sobre el estatus de la comunicación y una gran variedad de literatura que la define como ciencia, disciplina, conjunto de técnicas y objeto de estudio, esta tesis no busca apoyar ninguna de esas nociones pues campos académicos tan viejos como la filosofía o el derecho a la fecha discuten sobre las mismas cuestiones. Por ello, quizá a los estudiosos de la comunicación les resten años en esa línea antes de poder crear consenso en el estatus de 'esa cosa llamada comunicación'. Este texto toma a la comunicación como proceso, y –como se verá en el tercer punto– se centra en aquella que se relaciona con el humano –la comunicación humana–, y de esos procesos de comunicación humana se enfoca en los que trastocan la esfera pública, dejando los de la esfera privada para otros trabajos.

El último punto de este capítulo presenta una serie de modelos clásicos del estudio de los procesos de comunicación, pues éstos no sólo ofrecen otro panorama histórico de cómo ha evolucionado y cómo se ha intensificado el interés en los procesos de comunicación que van de lo más privado a lo más público, sino que también abren la puerta para presentar un modelo que describe el trabajo de esta tesis: Modelo Comunicación-Derecho-Tecnología: trinomio elemental del cambio social.

Esenciales en la concepción de este capítulo fueron tres semestres de clase con el Maestro Guillermo Tenorio, ejemplar profesor universitario, y los textos del Doctor Alejandro Gallardo Cano, quien ofrece una visión operacional de la comunicación contemporánea.

1.1. Intensificación de la comunicación pública

La comunicación es la figura emblemática de las sociedades del tercer milenio (Mattelart, 1997, p. 9).

1.1.1. El siglo del principio del libre cambio

Hace 4800 surgió la tipografía; hace casi 1050 las primeras técnicas que devinieron en la invención de la imprenta; hace 170 el telégrafo; y apenas hace unos cuantos años concluyó el siglo dominado por los paradigmas tecnológicos base de la transmisión radiofónica y televisiva. El avance de la organización social ha ido de la mano de las tecnologías de los medios de comunicación, por lo que en la actualidad es innegable “la centralidad de la comunicación para el propio modo de organización de la sociedad contemporánea” (Vasallo y Fuentes, 2002, p. 9).

A pesar de que la historia de los medios de comunicación inicia con el lenguaje mismo, no fue hasta el siglo diecinueve, “siglo de la invención de sistemas técnicos base de la comunicación y del principio del libre cambio, [cuando nacieron las] nociones fundadoras de una visión de la comunicación como factor de integración de las sociedades humanas” (Mattelart, 1997, p. 13). Es evidente que la comunicación no hubiera alcanzado el nivel de publicidad que actualmente tiene si no fuera consecuencia de la tecnología. La comunicación humana siempre ha estado presente, pero ha evolucionado con base en los avances tecnológicos, sin los cuales la comunicación pública no podría existir.

En esta línea de ideas, las agencias noticiosas tuvieron un papel importante en el desarrollo de la comunicación masiva y pública. Históricamente, ellas han sido las iniciadoras de una red de informaciones que permite comunicar al mundo entero; se dividen –tácitamente– la misión de obtener información aproximadamente desde 1835. Esto no hubiera sido posible mediante la figura de corresponsal por sí mismo, mucho menos mediante la de reportero. Esta cooperación –finalmente, comunicación o red de trabajo– ha contribuido a la distribución de la información. El nacimiento de tales agencias se localiza en el telégrafo y su avance se debe al de las tecnologías de los medios de comunicación. Las primeras agencias “surgieron como respuesta a la creciente demanda de información internacional. Muchos diarios carecían de recursos para costear corresponsales propios, y estaban dispuestos a pagar por un servicio” (Sohr, 1998, p. 30).

Es claro que lo que marcó la evolución de la comunicación pública con respecto de otros tipos de comunicación fue el creciente desarrollo de nuevas tecnologías de todo tipo que favorecieron la oportunidad y la inmediatez en la comunicación. Históricamente, tanto el telégrafo como la imprenta son de gran importancia para el estudio de la comunicación. El primero porque acortaba distancias; la segunda porque permitía la difusión y permanencia de la información mediante una distribución primeramente local.

Así, primero la imprenta, luego el telégrafo, y posteriormente la linotipia fueron algunos de los inventos tecnológicos que introdujeron un desencadenamiento de información. Tales adelantos enmarcados en el notable desarrollo que tuvo la prensa en el siglo diecinueve conseguían que la información cada vez fuera más pública. “La prensa escrita recibió un formidable impulso con el desarrollo de la linotipia en 1884 en Estados Unidos. Este invento permitía la composición mecánica para generar líneas en un solo bloque, en vez de la composición letra por letra de los tipos móviles. La linotipia no tuvo rival hasta después de la Segunda Guerra Mundial, cuando aparece la fotocomposición” (Sohr, 1998, p. 31).

1.1.2. El siglo de la oportunidad y la inmediatez

Para inicios del siglo veinte la información ya era una necesidad pública; la inmediatez y la oportunidad ya habían alcanzado notables progresos durante casi un siglo. La mayoría de los diarios contaban ya con una sección internacional que, si bien no presentaba las noticias al momento, se alejaba ya mucho de la distancia de uno o dos meses con que se solían presentarse un siglo atrás. Asimismo, en la década los veinte apareció la radio y en la década de los cuarenta la televisión. Aproximadamente una década después de su aparición, ambos adelantos hallaban refugio en los hogares de gran parte de las familias norteamericanas.

En ese tenor, se puede hablar de Morse, Graham-Bell, Gutenberg, entre otros, como inventores claves en la inmediatez y oportunidad de la información. Sin embargo, año con año, década con década y siglo con siglo sus inventos han sido superados en beneficio de la oportunidad y la inmediatez.

El siglo veinte fue elemental para el desarrollo de instrumentos, técnicas y métodos que aceleraron la comunicación. Tal aceleración permitió que en este siglo apareciera la llamada sociedad de la información (ésta será detallada en el punto 2.2.1: *La sociedad de la información*). La clase media de cada uno de los países de la población mundial no recuerda la llegada de los ordenadores a sus hogares sino hasta alrededor de 1990; sin embargo, tales tecnologías de procesamiento de información se encontraban ya disponibles para las grandes empresas de telecomunicaciones décadas atrás.

Los protocolos de lo que actualmente se conoce como Internet (Protocolo de Internet y el Protocolo de Control de Transmisión) fueron desarrollados en 1973 por los estadounidenses Vinton Cerf y Robert Kahn. Todo ello como parte de un proyecto patrocinado por la Agencia de Programas Avanzados de Investigación (ARPA por sus siglas en inglés) del Departamento de Defensa Estadounidense.

Cinco años antes ya se había dado un gran paso: en 1968 se lanzó el INTELSAT (*Early Bird*): el primer satélite comercial que proporcionaba 2400 circuitos de voz. A partir de entonces, y hasta la fecha, los diferentes países del mundo han lanzado satélites. De hecho, la red mundial –la Internet–, la telefonía y gran parte de los sistemas de telecomunicaciones operan mediante éstos.

Es así como en el siglo veinte hay cuatro inventos cruciales que ayudaron a las telecomunicaciones, y por ende a la comunicación misma: dos primarios y dos secundarios. Los primarios: los satélites y el protocolo de la Internet. Ambos acortan tanto distancia como tiempo; ambos son cómplices en la inmediatez y la oportunidad en la carretera de la información de la que actualmente muchos se pueden valer para estar enterados. Los secundarios: la radio y la televisión. Si bien éstas gozan de gran importancia en la comunicación pública actual, ambas se han visto ayudadas en su internacionalización por los dos inventos primarios referidos previamente.

1.1.3. El siglo que inicia con la red de redes

Para principios del siglo veintiuno la clase media del mundo ya tenía acceso a ordenadores en sus casas, escuelas o lugares de trabajo; la principal fuente de información era ya la carretera de la misma: la Internet. Para ese entonces la radio ya llevaba años en los automóviles de las personas y la televisión era ya una realidad para muchos. La computadora, hoy día, tiene la cualidad de poder reunirlo todo (esta afirmación se puede explorar más a fondo en el capítulo tercero, particularmente en el punto 2.3: *Un ejemplo personal: comunidades virtuales en mi laptop*): la televisión, la radio, la Internet y todo tipo de publicaciones e informaciones periodísticas mundiales, locales y de todo tipo se encuentran disponibles en la llamada carretera de la información, que es actualmente uno de los principales sostenes de la sociedad de la información.

Si bien los medios de comunicación tradicionales (radio, televisión y prensa escrita) son responsables de gran parte de la información que se genera, no cabe duda que en la actualidad el soporte de muchas de estas informaciones es la Internet. El crecimiento de usuarios de ésta ha venido en aumento ya que los instrumentos tecnológicos que para su uso se requieren se han hecho cada vez más accesibles.

A continuación se presenta una tabla que permite notar el incremento de usuarios de Internet de 1995 a 2001 rescatando sólo las informaciones correspondientes a algunos países de América Latina y Estados Unidos. Esta información es sólo para mostrar cómo es que este siglo inició de la mano de la red de redes (datos más actualizados sobre el acceso a la Internet se presentan en el capítulo tercero):

País	1995	1997	1998	1999	2000	2001
Argentina	30.000	170.000	200.000	500.000	2.500.000	3.000.000
Brasil	170.000	1.310.000	2.500.000	3500.000	5.000.000	8.000.000
Colombia	69.000	130.000	433.000	664.000	878.000	1.154.000
Chile	50.000	250.000	250.000	625.000	2.537.000	3.102.000
Estados Unidos	20.000.000	40.000.000	60.000.000	102.000.000	124.000.000	142.823.000
México	94.000	520.000	1.222.000	1.822.000	2.712.000	3.636.000
Panamá	2.000	6.000	30.000	45.000	90.000	90.000
Perú	8.000	100.000	900.000	1.500.000	2.500.000	3.000.000
Uruguay	10.000	100.000	230.000	330.000	37.0000	400.000
Venezuela	27.000	35.000	185.000	525.000	950.000	1.300.000

Tabla 1: Incremento de usuarios de Internet de 1995 a 2001

Fuente: Nájera, 2003, p. 130

Es evidente que las cifras en Estados Unidos son impresionantes: muestran que el poder adquisitivo tuvo un gran impacto en el número de usuarios incluso antes del inicio del siglo veintiuno. Asimismo, es claro que el número incrementa en todas las naciones; principalmente a partir del año 2000, ya que la Internet ha pasado a ser una necesidad en muchos de los escenarios de las interacciones humanas, principalmente en los escenarios ubicados en espacios urbanos.

Finalmente, siendo la Internet una carretera de información, la comunicación en la sociedad de la información tiende a hacerse más accesible día con día en tanto que el número de conexiones a la red sigue en aumento. Esas líneas referentes a la Internet serán complementadas y abordadas con mayor profundidad en los capítulos segundo y tercero.

1.2. Aparición del interés en la comunicación como fenómeno social

Situados en la confluencia de varias disciplinas, los procesos de comunicación han suscitado el interés de ciencias tan diversas como la filosofía, la historia, la geografía, la psicología, la sociología, las ciencias políticas, la biología, la cibernética o las ciencias del conocimiento (Mattelart, 1997, p. 9).

1.2.1. Configuración contemporánea de la comunicación como objeto de estudio

Si bien en la historia del ser humano mismo siempre ha estado involucrado el estudio de la comunicación de una u otra manera, no es hasta el siglo diecisiete que Adam Smith apuntó que “la comunicación contribuye a organizar el trabajo colectivo en el seno de la fábrica y en la estructuración de espacios económicos” (Mattelart, 1997, p. 14), con lo que construyó la primera aproximación por ubicar el campo social de estudio de la comunicación relativo a esta tesis, pues se destaca una función social de la comunicación.

Unos años más adelante, diversos investigadores franceses –encabezados por Francois Quesnay– establecieron un enfoque que ubicó a la comunicación como “vector de progreso y realización de la razón” (Mattelart, 1997, p. 14). Esta concepción se conecta tanto con el *laissez faire, laissez passer* de la Ilustración como con la visión de Fernand Braudel que afirmaba que “el progreso sólo puede llegar a la periferia irradiado por los valores del centro” (Mattelart, 1997, p. 17), con lo que a la comunicación se le atribuye un papel central en el avance social.

En este recuento histórico, la comunicación también se puede conectar con el saint-simonismo: en éste se le atribuye una concepción organicista retomada más tarde por Herbert Spencer: “la comunicación es un componente básico de los dos *aparatos de órganos*, el distribuidor y el regulador” (Mattelart, 1997, p. 16). De esta manera se puede ver que a partir del siglo diecinueve –dato coincidente con el del desarrollo de tecnologías clave que intensificarían la centralidad de la comunicación –la comunicación empezó a definirse, explicarse y describirse basada en el estudio de diversas disciplinas. Las analogías que se tomaron para su ubicación como fenómeno fueron –en un primer momento– propias de la economía, de la historia, de la sociología y de la psicología.

A finales del siglo diecinueve aparece el concepto de ‘sociedad de masas’ y casi paralelamente el de ‘psicología de las multitudes’. En un principio, los creadores de la última, Scipio Sighele y Gustave Le Bon, sugirieron la maleabilidad de la sociedad mediante su ‘teoría de la sugestión’ que afirma que la sociedad puede ser influida por un pensamiento colectivo y que éste es representado principalmente por los medios de comunicación masiva.

Contrariamente, Gabriel Tarde y Sigmund Freud rechazaron la posibilidad de la sugestión. Freud consideraba que el cambio del individuo no podía ser atribuido de manera tan mecánica a la influencia producida por elementos como los medios de comunicación masiva y durante toda su vida realizó análisis al respecto, mismos que lo convirtieron en uno de los principales estudiosos de la psicología de masas.

Por su parte, Adolphe Quételet, en un intento por dotar de rigor al campo de estudios sociales, sentó las bases de la física social –hacia 1835– y logró una importante aproximación de la aplicación del método del campo natural al social. Planteó el gobierno de los pueblos de la mano de una ‘sociedad aseguradora’, la cual, basada en perfiles obtenidos de la estadística y la probabilidad, prometía garantizar un estándar de gobierno. Estos estudios fueron posteriormente aplicados a la criminalística para establecer perfiles.

En materia de comunicación, la corriente europea fue encabezada por el estructuralismo de Levi Strauss, quien se basó en un enfoque lingüístico y semiológico. Contrariamente, la corriente norteamericana es el estructural-funcionalismo, “consecuencia del funcionalismo de [Talcott] Parsons y del desarrollo que de éste hizo [Robert] Merton” (Lozano, 1996, p. 20). Para el estructural-funcionalismo, o funcionalismo sociológico, de Merton y de Parsons la comunicación es una interacción que resuelve todas las complicaciones sociales, mientras que de acuerdo con Strauss la comunicación es básicamente un vínculo que establece parentescos y explica patrones culturales.

Lo que vincula a ambos enfoques es que los dos explican la función de la comunicación: el funcionalismo sociológico de Parsons y Merton se centró en el tejido de interacciones sociales donde existen organismos vivos que al evolucionar pasan a llamarse sistemas, y Levi Strauss estudió las estructuras que sirven para que el individuo se apropie del ambiente.

Después de 1930, el estudio de la comunicación comenzó a adquirir forma en un campo interdisciplinar en el que confluían lingüistas, politólogos, sociólogos y psicólogos, entre otros. Los principales investigadores pioneros del área, llamados ‘padres de la comunicación’ fueron Paul Lazarfeld, Kurt Lewin, Harold Lasswell y Carl Hovland. Los cuatro padres de la comunicación, a pesar de pertenecer a diferentes disciplinas, se ocuparon de darle rigor al estudio de la comunicación y crearon escuelas e institutos para preparar especialistas en este campo. Los seguidores de estos cuatro personajes se convirtieron posteriormente en destacados profesionales del campo de la comunicación.

1.2.2. Escuelas emblemáticas en el estudio de la comunicación

Para entender las concepciones actuales de la comunicación es conveniente hacer un breve recuento de las principales escuelas que la han tomado como objeto de estudio. Como se podrá observar, el factor geográfico tuvo gran influencia en el establecimiento de corrientes de

pensamiento. En la actualidad este factor conserva su importancia, pero algunas posturas tienden a hacerse globales matizando las diferencias tan marcadas en el pasado.

1.2.2.1. La escuela de Chicago

A principios del siglo veinte, la escuela de Chicago representaba un espacio privilegiado de los estudios científicos de la comunicación en los Estados Unidos de Norteamérica. La escuela de Chicago fue mucho más que una cuna para los estudios en comunicación, pues se vincula “al proyecto de la construcción de una ciencia social sobre bases empíricas” (Mattelart, 1997, p. 23). De ahí que se pueda afirmar que la búsqueda del rigor en los estudios sociales surge en este espacio. “La [escuela] de Chicago desarrolló un enfoque general de la teoría social, subrayando el papel de la comunicación en la vida social” (Lazar, 1995, p. 9).

Los más emblemáticos representantes de la escuela de Chicago son los filósofos Herbert Mead y John Dewey y el sociólogo Charles Cooley. Ellos fueron precursores en el estudio científico de la comunicación ya que ofrecieron una postura rigurosa para su estudio a diferencia de los muchos estudios que se habían hecho previamente. “Al hacer énfasis en la interacción social, en la descripción y en la relaciones interpersonales, [estos] investigadores propusieron un proceso científico. De ese modo, liberaron a la investigación en comunicación de su pasado *periodístico*” (Lazar, 1995, p. 11).

Otra situación que los investigadores de esta escuela superaron respecto de lo que se había hecho en el pasado fue la limitación de la comunicación “a la simple transmisión de mensajes, [pues] la concibieron como un proceso simbólico mediante el cual la cultura se erige y se mantiene” (Lazar, 1995, p. 10). De esta manera, subrayaron el papel de la cultura en los procesos de comunicación humana.

Gustavo Tarde y George Simmel fueron dos investigadores que también aportaron mucho a esta escuela. Veían a los espacios urbanos como ‘laboratorios sociales’ y las condiciones de

población de las ciudades norteamericanas en aquella época eran ideales para los estudios que se hacían por lo que “entre 1915 y 1935, las contribuciones más importantes de sus investigadores están dedicadas a la cuestión de la inmigración y a la integración de los inmigrantes en la sociedad norteamericana” (Mattelart, 1997, p. 24).

Por otra parte, Robert Park y Ernest Burgess generaron un interesante giro en el estudio de la comunicación, pues pretendían aproximarlos al rigor del método de las ciencias naturales: partieron del esquema teórico de la ecología vegetal de Ernest Haeckel y concibieron el concepto ‘ecología humana’. Para ello ubicaron tres elementos en una comunidad: población, territorio y una interdependencia. La ecología humana “se ocupa de [las] condiciones de vida, de [la] salud, [del] equilibrio, de los daños de la contaminación, y de diversas agresiones. Está estrechamente relacionada a la demografía [y] a la sociología” (Oliver, 1993, p. 7).

Estos investigadores destacaron dos niveles en la comunidad: uno biótico y –en segundo plano– uno cultural. Señalaron que del último se hacía cargo la comunicación y el orden moral. En palabras de Mattelart (1997, p. 25), la función de este plano se centraba en “regular la competición y permitir así a los individuos compartir una experiencia, unirse a la sociedad”.

Diversas metodologías surgieron de la escuela de Chicago. Una de las más socorridas fue la etnografía, que sugería un análisis que partiera de lo micro a lo macro (esta metodología se basa en la obtención de datos de la interacción con los integrantes de un segmento de una comunidad determinada para sugerir resultados sobre la comunidad en su conjunto). Mead se oponía a la idea de que lo macro desapareciera la realidad de lo micro; es decir, no creía que la influencia del grupo fuera suficiente para desaparecer las características individuales de lo que él llamó ‘grupo primario’.

Asimismo, Cooley y Mead fueron los padres del interaccionismo simbólico. Propusieron la teoría del sí social y de la opinión pública. Respecto de la opinión pública afirmaron que “no es

el simple conglomerado de la opinión de individuos separados, sino una organización, un producto cooperativo de la comunicación y de la influencia recíproca" (Lazar, 1995, p. 11).

La teoría del sí social explica que el 'yo individual' agrupa actitudes y opiniones y se forma como una entidad social a través de los procesos de comunicación con lo que el 'yo individual' se convierte en 'sí social'. Es decir, el individuo toma conciencia de sí mismo al interactuar con los medios de comunicación y con los miembros de los grupos que lo rodean.

George Herbert Mead retomó la idea del sí social para elaborar la teoría del interaccionismo simbólico, enfoque que "se interesa en el proceso de interacción social a través de símbolos y se concentra antes que nada en el acto de la comunicación" (Lazar, 1995, p. 11). Los trabajos de Mead también han sido de vital importancia para el estudio de la psicología.

Como refiere Judith Lazar (1995, p. 10) "para [Mead] el pensamiento es esencialmente social, es decir, se desarrolla a través y en la comunicación con el prójimo; lo es también en su contenido por los símbolos colectivos en los cuales se basa para construirse y comunicarse". Sucintamente, este enfoque destaca el proceso de interacción que es necesariamente social y en el que forzosamente existen insumos de comunicación en un marco cultural particular.

Por su parte, la *Mass Communication Research* fue una concepción emanada de esta escuela que fortalecía a la comunicación y a sus medios como proceso articulador de sociedades. Para autores como Dewey "la comunicación es al mismo tiempo la causa y el remedio de la pérdida de la comunidad social y de la democracia política" (Mattelart, 1997, p. 27). En la misma línea, Laswell fue el primero en abordar los efectos de la propaganda al indicar que "los medios de comunicación [son] indispensables para la *gestión gubernamental de opiniones*" (Mattelart, 1997, p. 28). Así, establece el análisis de la opinión pública y la corriente de la *Mass Communication Research*.

Pese a que los postulados de Lasswell no eran necesariamente mecanicistas pues no subrayaban una relación estímulo-respuesta estrecha e inamovible, las dos guerras mundiales fortalecieron esta relación en el campo de los medios de comunicación masiva, pues sus estudios en materia de opinión pública comprobaban la posibilidad de causar efectos determinados en ciertas audiencias mediante mensajes dirigidos.

Las teorías de Lasswell han sido revisadas y aumentadas con el fin de adaptarlas a casos particulares. De ellas se han desprendido nuevas categorías de análisis como la de 'líder de opinión' que es un intermediario entre el emisor y el receptor. Por ejemplo, en el caso de México, se puede observar que los presentadores de noticias no sólo presentan informaciones, sino que tienen la posibilidad de manipular la información aprovechándose del nivel de confianza que en ellos deposita su audiencia.

Otro de los padres de la comunicación miembro de la Escuela de Chicago fue Lazarsfeld, pionero de la investigación rigurosa de audiencias. En 1941 funda el *Bureau of Applied Social Research* de la Universidad de Columbia y años antes había generado sus primeros esfuerzos por producir estudios cuantitativos sobre las audiencias. Lazarsfeld encontró interesantes aplicaciones de los análisis comunicacionales a la vida diaria: en las empresas principalmente. Los estudiantes de Lazarsfeld se convirtieron en grandes publicistas, pues durante su formación habían estudiado cuidadosamente las formas de lograr impactos en la conducta de los compradores.

Finalmente, Lewin, influido por Lazarsfeld, hizo estudios sobre las decisiones de grupo y cómo éstas pueden ser afectadas dependiendo del conjunto al que se pertenezca. Toda vez que la formación de Lewin era en ciencias naturales, él intentó llevar la comunicación a los vectores de la física y crea un *Lebensraum* (en alemán: cuarto de simulación de vivienda) en el que reprodujo situaciones humanas para darle rigor a sus investigaciones. Como resultado de éste y otros esfuerzos de aproximar los estudios comunicativos a las ciencias naturales, en los años cuarenta dominó la perspectiva matemática de la comunicación.

1.2.2.2. La escuela de Palo Alto

A principios de la década de los cuarenta, Claude Shannon tuvo gran auge con su teoría matemática de la comunicación (esto se puede apreciar en el punto 1.4.1.2: *Modelo de Shannon y Weaver*). Un grupo de académicos de la escuela de Palo Alto decidió retar este modelo lineal –que, según ellos, operaba sólo en el campo de las telecomunicaciones– por uno cíclico que, opinaron, es el que debía regir la comunicación humana.

La visión de Palo Alto trajo grandes aportaciones al estudio de la comunicación. Destacan entre ellas la kinésica y la proxémica. Para sus investigadores no sólo había que valerse de las matemáticas, sino de una serie de disciplinas que estudian al ser humano. En un intento de alcanzar equilibrio entre los aspectos cuantitativo y cualitativo de los estudios en comunicación, “los investigadores de la escuela de Palo Alto [intentaron] dar cuenta de una situación global de interacción y no sólo estudiar algunas variables tomadas aisladamente” (Mattelart, 1997, p. 48).

Del texto *Historia de las teorías de la comunicación* de Armand Mattelart se pueden rescatar tres postulados básicos de esta escuela:

- 1) Lo que importa son las relaciones, no los elementos.
- 2) El comportamiento humano tiene un valor comunicativo.
- 3) De lo horizontal y lo vertical se extrae la lógica de la comunicación.

A pesar de que desde 1940 se hacían estudios de interés para la comunicación en Palo Alto, no es sino hasta la década de 1980 cuando adquiere reconocimiento e importancia.

1.2.2.3. La escuela de Frankfurt

El elemento emblemático de esta escuela lo representan los llamados estudios culturales. Los investigadores de esta escuela fueron europeos exiliados en los Estados Unidos de

Norteamérica y en los años cuarenta se preocuparon por vincular factores ideológicos y culturales. La metodología de esta escuela fue crítica.

En esta línea de pensamiento, “a mediados de los años cuarenta [Teodoro] Adorno y Max Horkheimer [crearon] el concepto de *industria cultural*” (Mattelart, 1997, p. 53) y con ello desarrollaron una serie de estudios sobre la producción de cultura en forma de mercancía. Su perspectiva teórica se rescata hasta la actualidad, y muchas destacadas universidades han trabajado este tema en su concepción contemporánea desde sus divisiones, departamentos y facultades de estudios culturales.

Adorno sólo perteneció a este grupo académico durante algún tiempo, pues se le exigía ‘cuantificar’ la cultura a lo que él se mostró renuente y explicó la imposibilidad de ello. No estaba muy de acuerdo con el seguimiento de métodos rigurosos (o puramente cuantitativos), por lo que decidió separarse.

Otro académico destacado de Frankfurt fue Herbert Marcuse quien destacó los términos ‘racionalidad técnica’ y ‘sociedad unidimensional’. Marcuse representa claramente la concepción crítica de su escuela pues sostenía que “la instrumentalización de las cosas acaba siendo la de los individuos” (Mattelart, 1997, p. 57).

A esta corriente de pensamiento se añadiría tardíamente uno de los investigadores más reconocidos en el campo de estudios sociales: Jürgen Habermas. Realizó estudios sobre la opinión pública y “sitúa sobre este terreno socio-político el problema de la ciencia” (Mattelart, 1997, p. 58). La cuestión de la naturaleza del dominio público puede ser explorada en sus trabajos donde se describe la creación de las esferas pública y privada, su fundación androcéntrica, y el lugar en que la mujer fue colocada en el ‘diseño’ o nacimiento de las interacciones sociales contemporáneas.

1.2.2.4. La escuela francesa

El Centro de Estudios de las Comunicaciones de Masas (CECMAS) surgió en la década de los sesenta y –en Francia– fue la primera institución con fines de estudiar la comunicación seriamente. Sus tres principales representantes fueron George Friedmann, Edgar Morin y Roland Barthes.

A esta escuela se introducen las categorías de análisis relacionadas con la noción de ‘industria cultural’ y sus estudiosos relacionan ampliamente los medios de comunicación con el factor cultural. Cabe mencionar que a la comunicación se le vinculó fuertemente con fenómenos antropológicos y lingüísticos en esta escuela.

1.3. La comunicación humana

Las tecnologías de la comunicación interconectan a las personas en una red de ideas (Hartley, 2002, p.70).

1.3.1. Comunicación y complejidad

Esta tesis se centra en el tema de la comunicación pública y mediada por lo que aborda procesos de comunicación humana. La comunicación humana es el tipo de comunicación más complejo ya que estudia los procesos de comunicación en el hombre. Se puede definir como “el proceso-evento por el cual una significación se hace común a dos o más estructuras cognoscitivas de sujetos considerados como polos de esta relación” (Yurén, 1990, p. 367). En ese sentido, para que dicho proceso tenga lugar, es necesario que exista un marco de referencia común entre el emisor y el receptor; es decir, que ambos compartan un cúmulo de información en común que permita que el proceso de comunicación tenga sentido.

De lo anterior surge que “la comunicación humana se realiza gracias al isomorfismo, o sea, a una cierta identidad de las respuestas que en significados aprendan a dar individuos separados y distintos, hacia un símbolo determinado” (Menéndez, 1977, p. 12). En este tipo de comunicación se destaca una característica de la teoría weberiana de la comunicación: la comunicación se da de acuerdo a fines, por lo que –de nuevo– se destaca que la comunicación cumple –en este sentido– con una función social. Para lograr tales fines se hace uso de lenguajes –naturales o creados– y de otros instrumentos.

“Para los semiólogos o los lingüistas, por ejemplo, la comunicación humana vendría siendo el uso de un código, mientras que para el sociólogo correspondería a una interacción social” (Tenorio, 1995, p. 19). En ese sentido, tanto el insumo de información generado como la interacción misma que hay en el proceso pueden ser constantes de interés de estudio de diversas disciplinas. Por ejemplo, para un jurista la comunicación humana –en su acepción pública y mediada– puede constituir un derecho humano, sin embargo no se encontró literatura que definiera a la comunicación humana desde la perspectiva jurídica y de ahí surge uno de los motivos para la redacción de este escrito.

Como ya se señaló, la comunicación humana es inherente al hombre por lo que puede ser considerada un fenómeno social: se da dentro de las estructuras sociales y se relaciona ampliamente con el factor cultural. Es menester de todos los estudios sobre comunicación humana “comprender y explicar todos aquellos procesos de índole comunicativa que tienen lugar en la sociedad” (Gallardo, 2002, p. 30), con lo que se justifica que la presente tesis busque vincular a ese fenómeno (el de la comunicación humana) con el jurídico y el tecnológico.

1.3.2. Niveles de la comunicación humana

Muchas son las disciplinas de las que la comunicación puede ser –como proceso– objeto de estudio pues se trata de un proceso omnipresente en el avance humano. El cambio social se determina por el cambio en las dinámicas de comunicación. Para comprender la centralidad de

los procesos de comunicación en la vida humana, se plantean a continuación los niveles en los que éstos suceden, aclarando que sólo aquéllos que se circunscriben en el campo de lo público serán de interés de los capítulos posteriores:

1.3.2.1. Comunicación intrapersonal

La comunicación intrapersonal se da al interior del individuo, dentro de sus procesos mentales. Cuando uno se comunica consigo mismo, hay información generando un proceso de comunicación. Por ejemplo, cuando se es parte de una negociación y se debe tomar una decisión basada en un acuerdo con valores y creencias propias aparece este tipo de comunicación.

1.3.2.2. Comunicación interpersonal (verbal y no verbal)

Es aquella donde se habla uno a uno o uno a varios; es decir, en aquella donde hay la participación de individuos, reciprocidad y la posibilidad de que los participantes emitan y reciban mensajes. Esta comunicación no es mecánica y “genera nuevas maneras de conducta y nuevas posibilidades para el desarrollo de los participantes” (Hybels, 1979, p. 47). No se trata de una situación estímulo-respuesta, sino una situación en la que el contexto va a determinar la intensidad de la comunicación e incluso los canales de la misma.

En la comunicación interpersonal hay factores que determinan el proceso: los tres principales son los canales, el ruido y la retroalimentación. Los canales son los medios que se usan para hacer posible la comunicación; el ruido, las interrupciones o interferencias; finalmente, la retroalimentación se refiere a la posibilidad de respuesta que tiene el receptor. En este sentido, “para conseguir una comunicación efectiva es necesario comprender la importancia de representar un papel y también es preciso tener la habilidad para ajustarse rápidamente a distintas situaciones, mensajes y oyentes” (Hybels, 1979, p. 54).

1.3.2.3. Comunicación intragrupal

Ésta se da al interior de los grupos sociales. Gallardo (2002, p. 69) afirma que “los psicólogos sociales conductistas la denominan comunicación organizacional, empresarial o de sistema”. Numerosos investigadores se han ocupado en fechas recientes de la comunicación intragrupal ya que le han hallado diversas aplicaciones en el campo administrativo al encontrar la posibilidad de optimizar el funcionamiento de diversas organizaciones mediante un ajuste en los procesos de comunicación interna y externa.

Este tipo de comunicación sucede por las redes comunicativas que se establecen dentro de grupos. Estas redes son las responsables de la eficacia de la comunicación y, como su funcionamiento se da dentro de un grupo, administran comunicación intragrupal. Éste es un ejemplo de cómo la comunicación cohesiona y unifica a los grupos.

1.3.2.4. Comunicación intergrupala

Ésta se da entre distintos grupos. El hecho de que un conjunto de personas sea considerado un grupo no significa que la comunicación será exclusivamente entre ellos; la comunicación también llega hacia los demás grupos. Éstos “se superponen parcial o totalmente, se cruzan, se *cortan* o interfieren en diversos planos” (Gallardo, 2002, p. 80). Así, las dinámicas sociales se dan no sólo entre personas, sino también entre grupos. Ejemplo de ello es la comunicación que hay entre instituciones: cuando los representantes de éstas muestran una personalidad institucional la comunicación pasa de interpersonal a intergrupala.

1.3.2.5. Comunicación colectiva

Tiende a confundirse con la comunicación social; sin embargo la comunicación social surge con la misma sociedad, mientras que la colectiva “es consecuencia de la sociedad industrial y urbana, así como del desarrollo tecnológico” (Tenorio, 1995, p. 22), mismo del que se hablará

ampliamente en el capítulo segundo. Este tipo de comunicación se basa en las tecnologías de los medios de comunicación masiva, mientras que la social no hace énfasis en éstos.

La comunicación colectiva tiene un atributo característico: lo público. “Es la producción y distribución de mensajes industrializados mediante cine, prensa, radio y televisión” (Gallardo, 2002, p. 41). La presentación de los contenidos tiene efectos sociales toda vez que el auditorio no es del todo restringido. Es indispensable acotar que la dimensión jurídica que se adjudica a la comunicación en el capítulo tercero de este escrito surge justamente de este nivel de comunicación.

1.3.2.6. Comunicación social

Es el proceso social básico que genera las dinámicas sociales dentro de un orden social. Dicho orden social implica procesos sociales (económicos, políticos, culturales y societarios) que, a su vez, dan lugar a las cuatro distintas formas de comunicación social: económica, política, cultural y societaria.

En la comunicación social hay tres elementos: los canales de comunicación, las redes de comunicación y los modos de comunicación. En esta comunicación “existe una participación consciente de los individuos o de los grupos y clases para difundir regularmente los elementos de información, conocimiento, juicio y cultura necesarios para toda la sociedad” (Goded, 1985, p. 137).

Abraham Moles –citado por Mattelart (1997, p. 46)– define cultura como “el conjunto de las modificaciones más o menos permanentes que el hombre realiza sobre su medio ambiente perceptivo”. En este sentido, el proceso de la comunicación social se relaciona con las formas de actuar, con las costumbres, con el ser. La comunicación cultural es aquella que se da cuando existe un ‘marco de referencia’, principalmente ideológico, que es el artífice del proceso de comunicación mismo.

En el caso de la comunicación política, cabe señalar que “la política se concibe como un sistema de entradas y salidas (*input-output*, acción/retroacción) labrado por interacciones con su entorno y que responde adaptándose mejor o peor a él” (Mattelart, 1997, p. 45). Tales entradas y salidas buscan como fin el mando y el dominio: es decir, el poder. Por ello a la comunicación social se le llama política al estar “relacionada con el poder y la dominación” (Tenorio, 1995, p. 23). Dentro de esta clasificación se encuentran los procesos de la comunicación humana relacionados con la obtención del poder o de posiciones dominantes que pretenden la manipulación de un grupo social.

Por su parte, la comunicación económica sucede cuando los procesos comunicativos se dan, por ejemplo, en situaciones de interacción para sobrevivir y generan un intercambio de tipo monetario. Se relaciona directamente con la producción, distribución y consumo de productos y servicios. En su acepción contemporánea, la comunicación económica ha encontrado grandes espacios de actuación en el sector mercantil, mismo que ha subrayado la importancia de los procesos de comunicación en las dinámicas de intercambio económico.

Por último, la comunicación societaria es la manifestación empírica de lo social ya que lo social no se ve: lo visible son las partes empíricas de la sociedad y dichas partes constituyen evidencias societarias. Esta comunicación “está vinculada a los espacios sociales formales e informales que constituyen un sistema u orden social dado” (Tenorio, 1995, p. 23). Es el tipo de comunicación más básico ya que es el que permite crear espacios sociales. Se vincula con la acción social que es el acto intencional por el cual un individuo se relaciona con otro.

1.4. Modelos de comunicación

La historia del campo de la comunicación ha sido marcada por la diversidad teórica y por la historicidad de su objeto, marcas distintivas del campo de las ciencias sociales y humanas (Vasallo y Navarro, 2002, p. 10).

1.4.1. Procesos de comunicación gráficos

Con la intensificación de la centralidad de los estudios en materia de comunicación colectiva en el siglo pasado aparecieron diversos modelos enfocados a presentar gráficamente el funcionamiento de los procesos de comunicación. Estos modelos muestran los elementos empíricos de los procesos de comunicación y permiten comprender la importancia de los mismos en la sociedad. En general, un modelo de comunicación ayuda a explicar el abordaje que se hace de un proceso de comunicación dado.

Los modelos “enlazan lo abstracto con lo concreto [y] ayudan a comprender mejor” (Yurén, 1990, p. 57). En el caso de la comunicación, muchos modelos han surgido derivados del modelo fundador de la retórica de Aristóteles. Por ejemplo, el modelo de comunicación de Lasswell es una derivación de Aristóteles (‘¿Quién dice?’, ‘¿Qué dice?’ y ‘¿A quién dice?’). Lasswell retoma estos tres puntos y agrega dos complementarios (‘¿Por qué medios?’ y ‘¿Qué efectos tiene?’). Posteriormente, Raymond Niixon y Lee Thayler avanzaron al respecto haciendo una serie de adecuaciones para considerar las condiciones iniciales presentadas en un determinado proceso de comunicación.

Los modelos de comunicación representan una posibilidad de llevar los procesos de comunicación a un campo fáctico de variables empíricas. El análisis de ellos y sus elementos puede facilitar la comprensión de la comunicación como objeto de estudio. A continuación se presentan gráficamente y se describen los principales modelos en la historia del estudio de la comunicación humana como proceso; se presenta un caso híbrido de cómo se pueden utilizar

estos modelos para estudiar casos particulares; y, con el estudio de estos elementos se presenta el modelo utilizado para el desarrollo de esta tesis.

1.4.1.1. Modelo fundador de Aristóteles

Los orígenes del estudio de la comunicación se remontan al estudio de la retórica con Aristóteles quien fue el primero en hablar de la importancia de la persuasión. “Para Aristóteles, la retórica era *la facultad de establecer los medios posibles de persuasión en cada caso particular*” (Maccoby, 1967, p. 51). Se formuló el siguiente esquema tomando en cuenta los tres elementos que abordó Aristóteles:

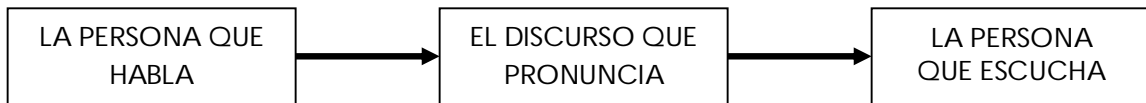


Gráfico 1: Modelo fundador de Aristóteles

Fuente: Benassini, 1986, p. 21

La persona que habla equivale a un emisor; el discurso, al mensaje, y la persona que escucha, al auditorio. Del modelo de Aristóteles se han derivado los modelos contemporáneos para el análisis de la comunicación interpersonal y, posteriormente, de la comunicación masiva. Muchas de las principales teorías de la comunicación parten de este modelo fundador.

1.4.1.2. Modelo de Shannon y Weaver

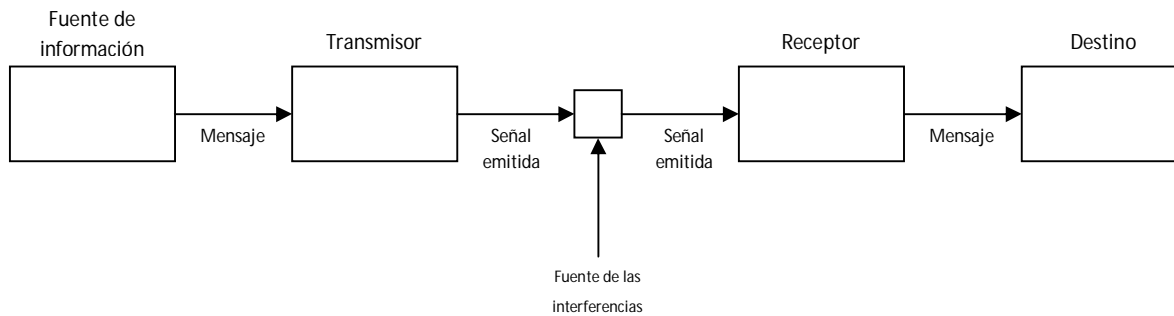


Gráfico 2: Modelo de Shannon y Weaver

Fuente: Gallardo, 2002, p. 130

Claude Shannon y Warren Weaver trabajaban para la compañía telefónica Bell (AT&T) y diseñaron un modelo para reducir costos en la comunicación electrónica. Notaron que los elementos de éste eran elementos aplicables a algunos procesos de comunicación humana.

Los cinco elementos presentes en el modelo son: fuente, codificador, canal, descodificador y destino. El problema de la comunicación para Shannon era la dificultad de reproducir un mensaje en un punto diferente, de ahí la aparición de la interferencia. “El objetivo de Shannon [era] diseñar el marco matemático dentro del cual es posible cuantificar el coste de un mensaje” (Mattelart, 1997, p. 42). Así pues, su modelo es aplicable tanto en el campo de las telecomunicaciones como en el de la comunicación humana.

La fuente es el orador en el lenguaje aristotélico; el transmisor es el que envía el mensaje original; la señal sería el contenido o el mensaje; el receptor recibe el mensaje y lo envía al último elemento: el destino. Una de las limitaciones de este modelo respecto de la comunicación es la señal: “en comunicación humana se transmite información y contenido, algo que no se destaca en las señales” (Benassini, 1986, p. 22).

Basados en este modelo, otros estudiosos han generado propuestas más enfocadas directamente al campo de la comunicación humana, entre ellos Charles Osgood, David Berlo,

Wilbur Schramm, Bruce Westley y Malcom McLean. “El modelo finalizado de Shannon ha inducido un enfoque de la técnica que la reduce al rango de instrumento” (Mattelart, 1997, p. 43).

1.4.1.3. Modelo de Lasswell

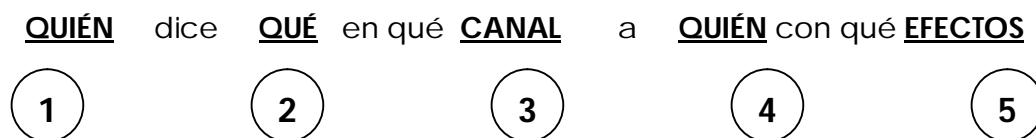


Gráfico 3: Las cinco grandes zonas en el estudio del proceso de la comunicación

Fuente: Benassini, 1986, p.21

Creado en 1947, el modelo de Harold Lasswell dota “de una marco conceptual a la sociología funcionalista de los medios de comunicación” (Mattelart, 1997, p. 30). Así, Lasswell fue uno de los padres de la investigación en comunicación ya que “esquematisó su metodología en [su] famoso paradigma” (Benassini, 1986, p. 21); su modelo se traduce en la posibilidad de realizar investigaciones en las áreas de análisis de contenido de los medios de comunicación, así como de la audiencia y efectos de éstos. Esto se relaciona con el pensamiento de Lee Thayer, quien señala que en toda interacción comunicativa siempre se produce un efecto (A-B=X).

Lasswell parte del modelo aristotélico antes referido y añade dos nuevos elementos: el canal y los efectos¹. El primero es para ubicar el medio en el que se transmite el mensaje; el segundo, para tener las condiciones de estudio de las consecuencias de la comunicación. La aportación de Lasswell sigue vigente a más de sesenta años de su aparición. De este modelo se han derivado otros más complejos que han encontrado aplicación en estudios rigurosos de distintos campos de la comunicación humana. Existen muchas vías de aplicar actualmente este modelo, pues no se trata de un modelo totalmente mecanicista ya que en cada uno de sus componentes se subraya el factor ‘intención’ y ‘efecto’ dependiendo de un ‘quién’.

¹ En este segundo elemento radica la importancia de los modelos en el estudio de la comunicación masiva, pues es nodal en el estudio de ésta los efectos que produce.

Según Lasswell, (citado por Benassini, 1986, p. 31), el proceso de comunicación cumple tres funciones en la sociedad:

- 1) La vigilancia del entorno.
- 2) La puesta en relación de los componentes de la sociedad para producir una respuesta al entorno.
- 3) La transmisión de la herencia social.

Con base en este modelo se hicieron diversas investigaciones respecto de los efectos de los mensajes en los receptores. La Fundación Payne agregó al modelo de Lasswell una serie de factores a estudiar tales como edad y sexo. Asimismo, Lazarsfeld y Merton apuntaron dos nuevas variantes: agregaron al entretenimiento como cuarta función y hablaron de la presencia de disfunciones. Todas estas adaptaciones tenían el objetivo de obtener información más exacta que se reflejará en explicaciones más precisas sobre el fenómeno de la comunicación humana en escenarios determinados.

1.4.1.4. Modelo Laswell-Nixon

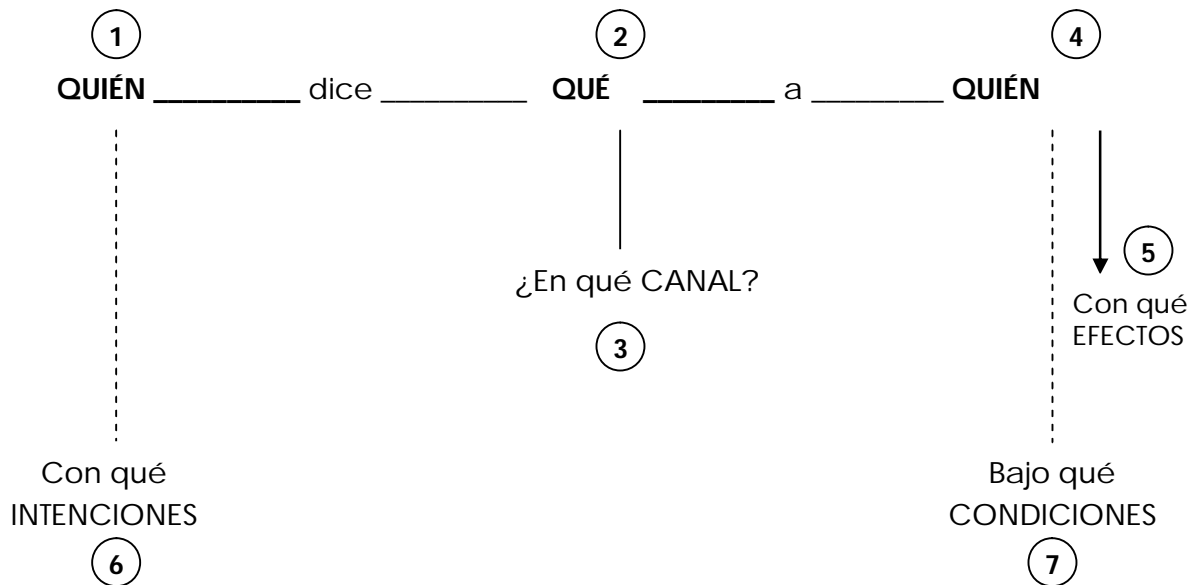


Gráfico 4: El modelo Laswell-Nixon

Fuente: Benassini, 1986, p. 22

“Los estudios sobre la persuasión, conducidos por el grupo de Hovland en Yale, como resultado de la propaganda nazi de la II Guerra Mundial, principalmente [llevaron] a Nixon a añadir elementos nuevos al modelo de Lasswell intentando lograr un análisis más completo del proceso de comunicación” (Nixon, 1963, p. 77). Los elementos nuevos son los señalados con los números seis y siete: las intenciones y las condiciones. El primero de ellos, las intenciones, resulta crucial en el estudio de la comunicación contemporánea. Actualmente se sabe que toda comunicación tiene una intencionalidad; sumado a ella se necesita el contexto o las condiciones que permitan una interpretación más clara del proceso.

1.4.1.5. Modelos de Wilbur Schramm

Wilbur Schramm fue uno de los investigadores que más aportó en lo que se refiere a modelos de comunicación humana. Todos sus diseños parten de la propuesta aristotélica, pero también abordan otras condiciones entre las que destaca la señal. La aportación clave de Schramm fue establecer que la comunicación sólo puede ser posible entre un emisor y un receptor cuyas experiencias les permitan comprenderse mutuamente. Estas experiencias fueron llamadas por Schramm ‘marco de referencia’.

1.4.1.5.1. Adaptación del modelo de Shannon y Weaver al sistema de comunicación humana

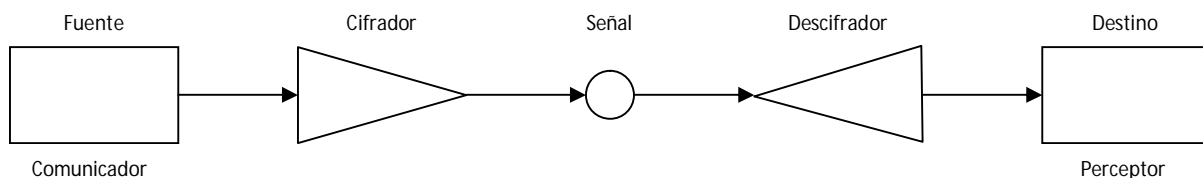


Gráfico 5: Adaptación del modelo de Shannon y Weaver al sistema de comunicación humana

Fuente: Gallardo 2002, p. 137

Schramm, en los años cincuenta, planteó modificaciones al esquema de Shannon y Weaver ya que no estaba de acuerdo en el uso de un modelo físico-matemático para la interpretación de procesos de comunicación humana. Por ello añade el código, que se relaciona ampliamente con el 'marco de referencia'. "Además, el modelo contempla la percepción sociológica del significado del mensaje a diferencia de la recepción física del modelo de la comunicación electrónica" (Benassini, 1986, p. 29).

Algunas veces no queda claro el papel del cifrador y del descifrador. De alguna manera, éstos son los intermediarios en la comunicación. Se pueden llevar a un ejemplo de la vida diaria señalado por Schramm: un microfono es un cifrador cuando la fuente o emisor lo usa, de la misma manera unos audifonos pueden funcionar como descifrador.

1.4.1.5.2. Modelo de comunicación interpersonal

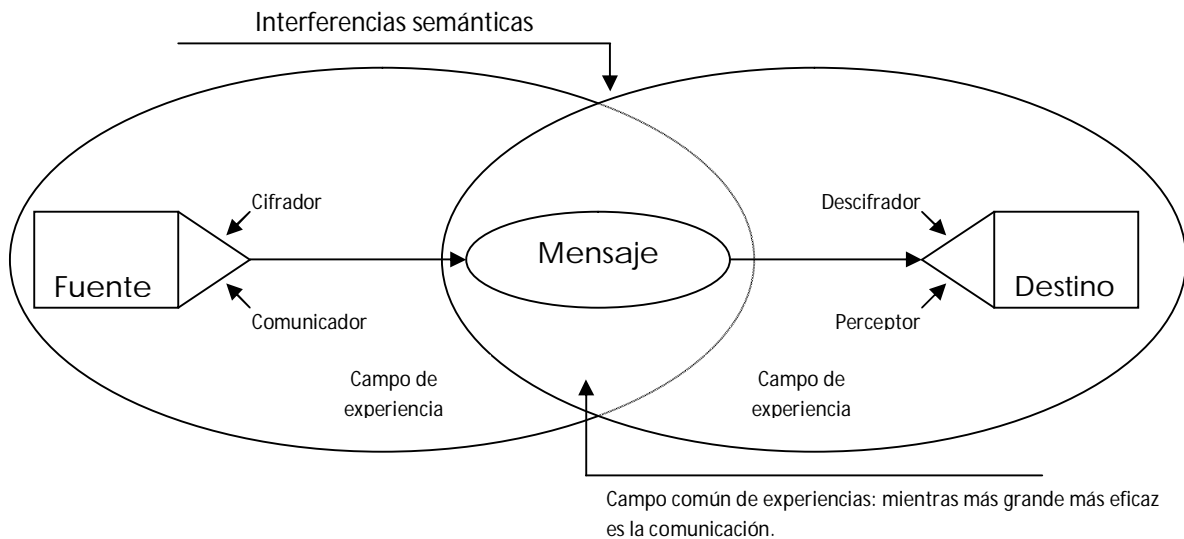


Gráfico 6: El proceso de comunicación interpersonal es posible cuando existen campos comunes de experiencia entre el comunicador y el perceptor

Fuente: Gallardo, 2002, p. 138

En este modelo, Schramm habla de la importancia de la comprensión del mensaje; señala que la comunicación interpersonal es posible cuando existen campos comunes de experiencia entre

el comunicador y el perceptor. Si los marcos de referencia no son comunes, habrá interferencias semánticas que dañarán el significado del mensaje y, por lo tanto, alteren el proceso de comunicación.

Respecto de este modelo, la definición de comunicación de Abraham Moles es muy representativa. Para Moles "la comunicación se define como la acción de hacer participar a un organismo o a un sistema situado en un punto dado en las experiencias y estímulos del entorno de otro individuo o sistema situado en otro lugar y otro tiempo, utilizando los elementos que tienen en común" (Mattelart, 1997, p. 46).

1.4.1.5.3. Modelo del procesamiento del mensaje

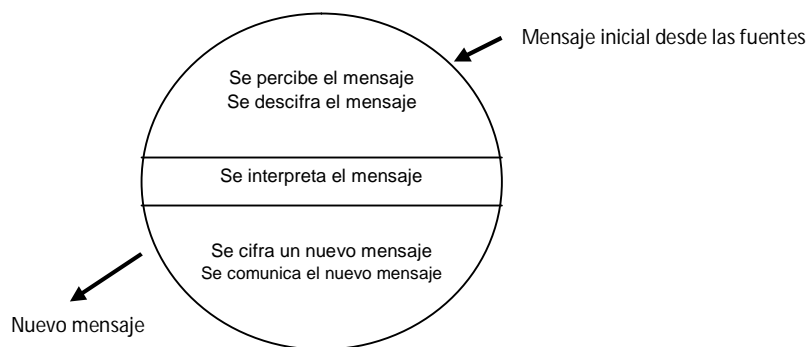


Gráfico 7: Procesamiento del mensaje en el comunicador o en el perceptor

Fuente: Gallardo, 2002, p. 135

Con este modelo Schramm pretendía demostrar que los humanos en cualquier proceso de comunicación pueden ser tanto comunicadores como receptores. La interpretación del mensaje depende del emisor; "las condiciones físicas y sobre todo psíquicas en que se encuentra el perceptor le hacen interpretar un mensaje en diferente forma" (Menéndez, 1977, p. 48). La reacción ocasionada por el desciframiento del mensaje en el receptor tiende a ocasionar una respuesta. En ese estadio el receptor se convierte en emisor y aparece la retroalimentación.

1.4.1.5.4. Modelo de comunicación interpersonal y procesamiento interno del mensaje

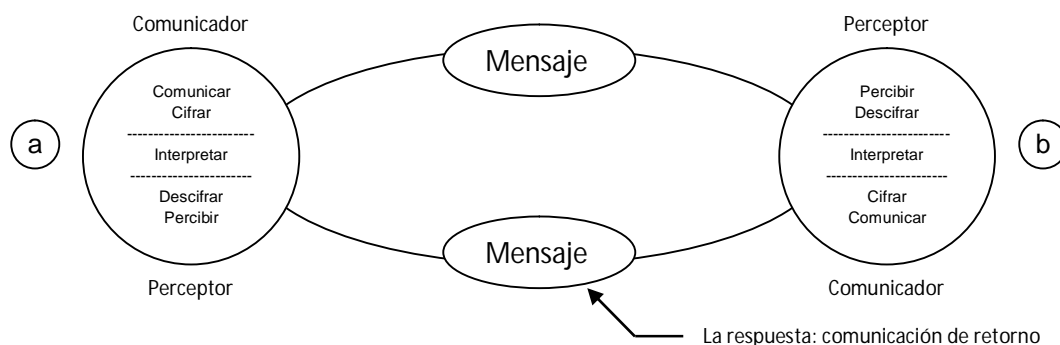


Gráfico 8: Comunicación interpersonal y procesamiento interno del mensaje en el comunicador o en el receptor

Fuente: Gallardo, 2002, p. 135

En este modelo, Schramm destacó de nuevo una de las características de sus modelos: consideró que el proceso era lineal y le añadió la retroalimentación. A partir de las aportaciones de Schramm a los modelos contemporáneos de comunicación aparece el *feedback* o la retroalimentación (también en llamada por Schramm 'comunicación de retorno'). Cabe aclarar que ésta "es abundante en comunicación interpersonal y escasa en comunicación masiva" (Benassini, 1986, p. 23).

Para que el mensaje provoque una respuesta deseada las condiciones propuestas por Schramm (1967, p. 17) son:

- 1) El mensaje debe formularse y entregarse de modo que obtenga la atención del destino.
- 2) El mensaje debe emplear signos y tener contenido referentes a la experiencia común de la fuente y del destino, a fin de transmitir el significado.
- 3) El mensaje debe despertar necesidades de la personalidad en el destino y sugerir algunas maneras de satisfacer estas necesidades.
- 4) El mensaje debe sugerir, para satisfacer esas necesidades, una manera que sea adecuada a la situación de grupo en la que se encuentra el destino en el momento en que es impulsado a dar la respuesta deseada.

1.4.1.5.5. Modelo de la comunicación colectiva

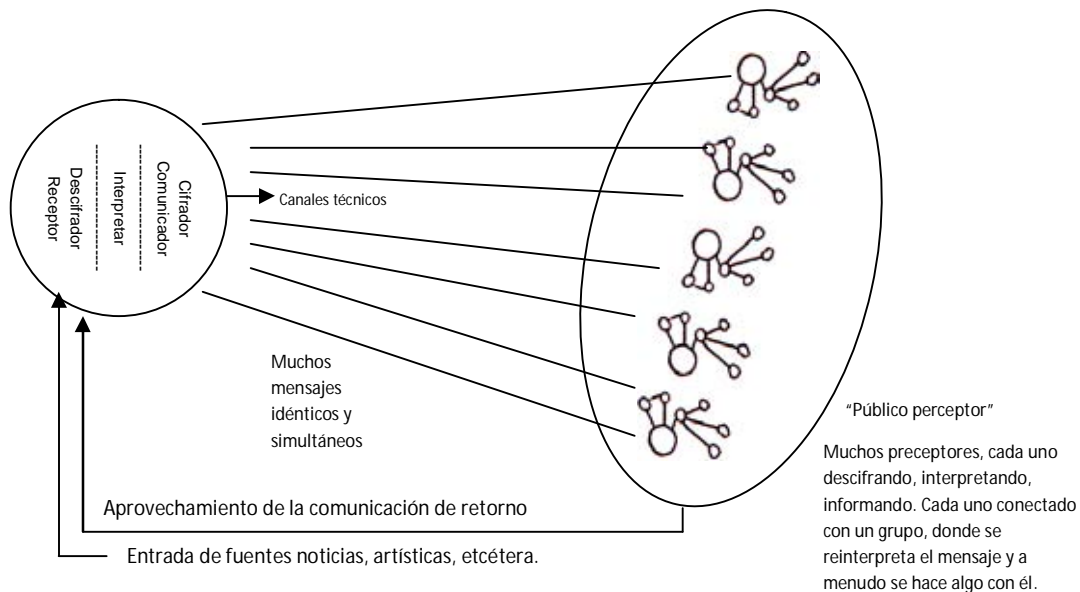


Gráfico 9: Diagrama de la comunicación colectiva

Fuente: Gallardo, 2002, p. 145

La comunicación colectiva ha sido resultado del avance de las tecnologías de los medios de comunicación. Los modelos de Schramm fomentaron un estudio riguroso de este tipo de comunicación. Este modelo conocido como 'La Tuba' es el más tradicional y aún es utilizado en la actualidad.

Asimismo, este modelo es muy pertinente para esta tesis, pues nos permite entender cómo este proceso de comunicación humana trastoca la esfera pública al relacionarse con la colectividad. Justamente esta posibilidad de comunicar colectivamente podría devenir en una sociedad mejor informada y más influyente. Dado que ello no ha sucedido tras décadas de espera y de vigencia de este modelo, esta tesis presenta una manera de hacer operacionales las posibilidades de mejora social que potencialmente ofrece la comunicación colectiva.

1.4.1.6. Modelo matriz para el análisis comunicacional de mensajes o noticias²

A continuación se presenta un modelo diseñado por el Maestro Guillermo Tenorio, profesor del área de teorías de la comunicación de la UNAM. Este modelo es un ejemplo claro de que para el análisis de sucesos particulares se pueden trasladar diversas teorías y modelos a un nuevo corpus que ayude a explicar un nuevo hecho de estudio.

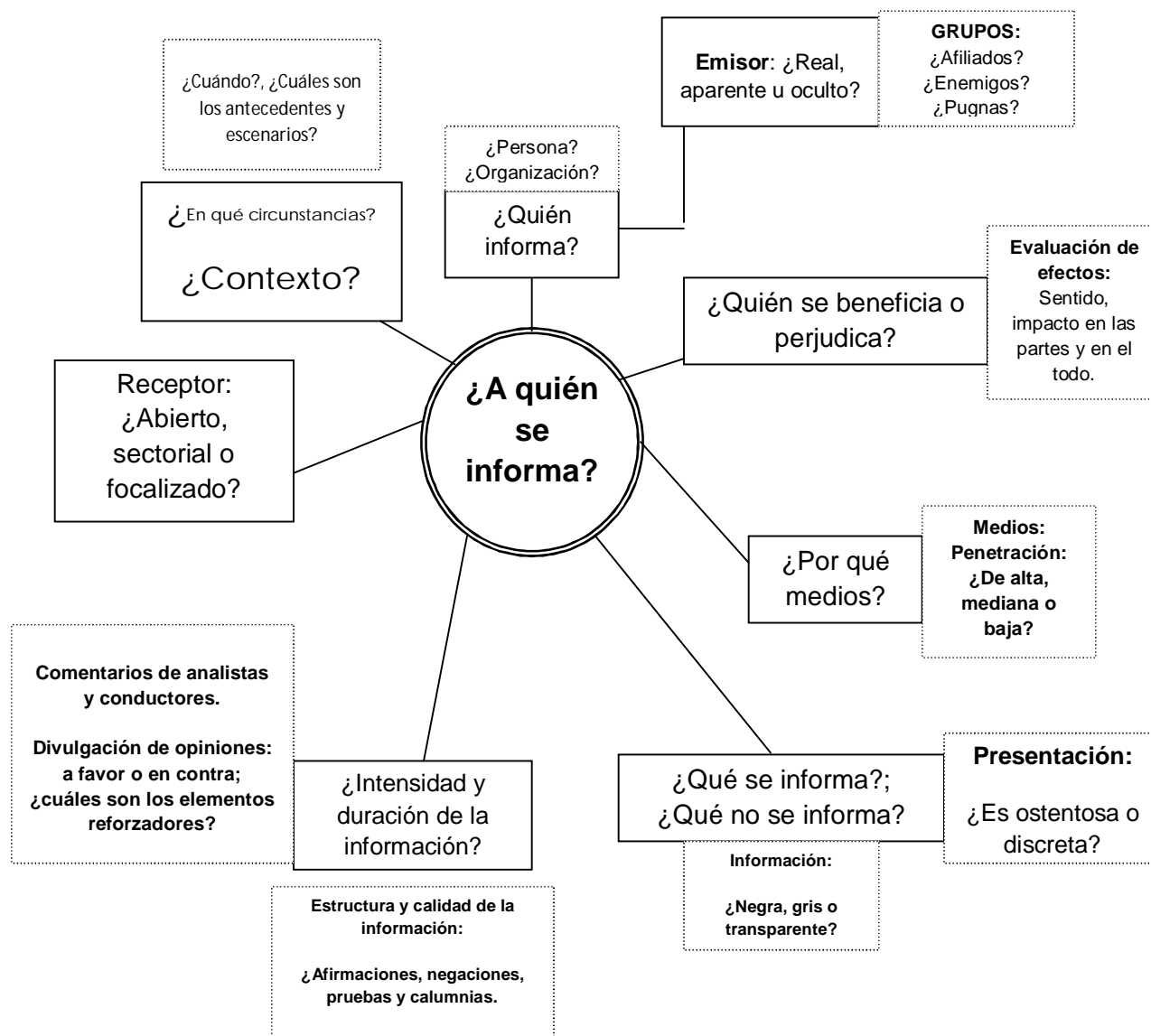


Gráfico 10: Modelo matriz para el análisis comunicacional de mensajes o noticias

Fuente: Tenorio, 2004

² Proporcionado en el último semestre de 2004 en la FCPS de la UNAM en el curso Introducción a las Teorías de la Comunicación.

Como se menciono anteriormente, los modelos de comunicación han sido adaptados por diferentes estudiosos para propósitos específicos. Este modelo de comunicación es muestra clara de que, con base en modelos preexistentes, se pueden hacer adaptaciones y añadir elementos que permitan la creación de un modelo de análisis con fines específicos. Este modelo, que conjunta elementos presentes en los modelos de Schramm, Nixon y Thayler, entre otros, busca una forma ecléctica –pero rigurosa– de analizar los mensajes de noticias.

Este modelo es fundamental para comprender la importancia práctica de los modelos. Una vez que una persona se ha instruido ampliamente respecto de un campo de conocimiento tiene a su alcance diversas teorías que explican hechos específicos sobre un objeto de estudio. En ese sentido, al surgir el interés para analizar un fenómeno es válida la creación de un modelo que guíe la investigación.

1.4.1.7. Modelo Comunicación-Derecho-Tecnología: trinomio elemental del cambio social

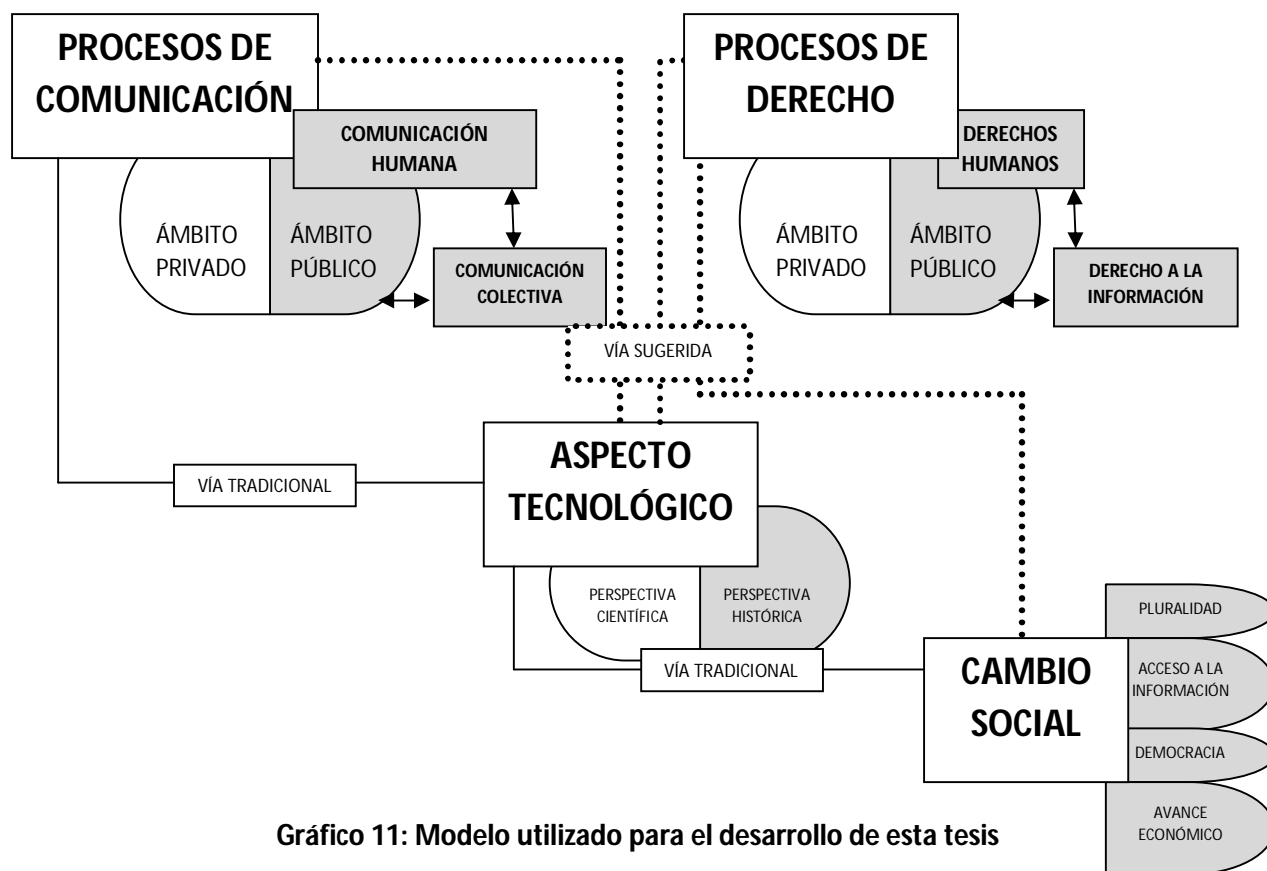


Gráfico 11: Modelo utilizado para el desarrollo de esta tesis

La perspectiva histórica de las tecnologías de los medios de comunicación arroja que la aparición de cada medio de comunicación ha generado esperanzas de cambio social en las sociedades, pues cada medio trae consigo promesas de un cambio social que llevaría a la pluralidad, al acceso a la información, a la democracia y al avance económico. Es decir, el binomio comunicación-tecnología ha prometido –hace décadas– ser la base de la función social de la comunicación: garantizar el cambio social y el desarrollo. Empero, esta ‘vía tradicional’ no ha generado cambios de la dimensión que las promesas que anuncian cada medio. Por ello, se sugiere una nueva vía (vía sugerida) donde el aspecto jurídico tenga un mayor peso para garantizar el cambio social referido.

Conclusiones

[Los] medios son importantes moldeadores de nuestras percepciones, son empresas de concienciación que no sólo proporcionan información acerca del mundo, sino que transmiten una manera de verlo y entenderlo. Por ello, se hace necesario analizar y comparar estos medios masivos, así como posibilitar trabajos de análisis, selección y desarrollo de cuestiones relacionadas con la información, la comunicación, los productos de los medios masivos y todo lo que pueda estar relacionado con conocer la función social que ejercen (Ballesta, 2001, p. 9).

La comunicación se presenta en las sociedades contemporáneas de distintas maneras. La efectividad y el impacto que los procesos de comunicación logren dependen precisamente de las formas en las que se presente. Como se vio claramente, el papel de la tecnología en este sentido es crucial, pues del medio de comunicación implícito en el proceso y de la tecnología implícita en el medio dependen las esferas y espacios que la comunicación trastoca.

La tecnología mantiene una estrecha relación con la ciencia y el progreso, dicha relación demanda una perspectiva histórica. Por ello, los medios de comunicación no se pueden entender sin el factor tecnológico –que se abordará a detalle en el siguiente capítulo–, pero tampoco sin el histórico. De ahí que sea indispensable conocer la progresión histórica de los estudios en comunicación, pues ésta indica cómo desde la teoría social se ha subrayado cada vez más la centralidad de los diferentes procesos de comunicación en la organización social.

Es sin duda alguna interesante entender cómo cada escuela concibió la centralidad de la comunicación de diferente manera. Ello es causa de contextos históricos, políticos, económicos, sociales y culturales específicos, pero en conjunto las escuelas ofrecen una visión magnificada de la comunicación, en la que puede caber prácticamente como objeto central de cualquier fenómeno social: desde los lingüísticos hasta los económicos. Incluso, como se argumentará

más adelante, esta tesis sugiere que dicha centralidad tiene también que ser acentuada en el ámbito jurídico.

Este capítulo también presentó un abanico de subprocesos posibles dentro de la comunicación humana y sirvió para comprender que cada fenómeno comunicacional se circunscribe de manera muy precisa a uno de los subprocesos, o a unos cuantos de ellos. De ahí que esta tesis tome a la comunicación social y a la colectiva como los elementos de dicho abanico que son de interés para los capítulos siguientes.

En esta línea de particularización, los modelos analíticos presentados en este capítulo son una forma de facilitar la comprensión de procesos específicos. La función de un modelo de comunicación es lograr un acercamiento a los fundamentos empíricos de éste, así como delimitar elementos muy precisos de estudio. De hecho, como demuestra el modelo del Maestro Guillermo Tenorio, es válido crear un híbrido proveniente de varios modelos consolidados en una materia en particular. El último modelo que se presenta se refiere a esta tesis en particular e intenta plasmar gráficamente los elementos conceptuales y metodológicos que inspiraron el desarrollo de esta los tres capítulos de este texto.

Finalmente, en la línea evolutiva de medios de comunicación implícita en las líneas de este capítulo se presentó a la Internet. Ésta es de especial ayuda para comprender todos los fenómenos explicados en torno a la intensificación de la centralidad de la comunicación y será abordada con más detalle en los siguientes capítulos.

Referencias

- Ballesta, Javier, 2001, *Los medios de comunicación en la sociedad actual*, Universidad de Murcia, Colombia
- Benassini, Claudia, 1986, *Introducción al Estudio de la Comunicación. Teorías de la Comunicación en Estados Unidos y en Europa*, Universidad Iberoamericana, México
- *Cátedra UNESCO de Comunicación Social 1994, 1995*, Serie de Comunicación y espacios culturales en América Latina, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia
- Chalmers, Alan, 2000, *¿Qué es esa cosa llamada ciencia?*, Siglo Veintiuno Editores, España
- Fuentes, Raúl, 2004, 'La documentación académica y la producción de conocimiento en Ciencias de la Comunicación' en *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004*, Martell, Lenin, ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México
- Gallardo, Alejandro, 2002, *Curso de teorías de la comunicación*, Cromocolor, México
- Goded, Jaime, 1985, *100 puntos sobre la comunicación de masas en México*, Juan Pablo Editor, México
- Hartley, John, 2002, *Communication, Cultural and Media Studies. The Key Concepts*, Routledge, Inglaterra y Estados Unidos
- Hybels, Sandra *et al.*, 1979, *La Comunicación*, Logos Consorcio Editorial, México

- Lazar, Judith, 1995, *La Ciencia de la Comunicación*, Publicaciones Cruz, México
- Lozano, Carlos, 1996, *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, Pearson-Alhambra Mexicana, México
- Martell, Lenin, 2004, 'Introducción' en *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004*, Martell, Lenin, ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México
- Mattelart, Armand, 1997, *Historia de las Teorías de la Comunicación*, Paidós, España
- Menéndez, Antonio, 1977, *Comunicación Social y Desarrollo*, UNAM, México
- Nagel, Ernest, 1974, *La Estructura de la Ciencia. Problemas de la lógica de la investigación científica*, Paidós, Argentina
- Nájera, Javier, 2003, *La intimidad y su protección en los datos personales operados en Internet*, tesis de maestría en Derecho, UNAM, México
- Nixon, Raymond, 1963, *Investigaciones sobre Comunicación Colectiva*, Ediciones CIESPAL, Ecuador
- Oliver, George, 1993, *La Ecología Humana*, Interciencia, Brasil
- Schramm, Wilbur, 1967, 'Introducción' en *La Ciencia de la Comunicación Humana*, Schramm, Wilbur, ed. Ediciones CIESPAL, Ecuador
- Sohr, Raúl, 1998, *Historia y poder de la prensa*, Andrés Bello, España

- Tenorio, Guillermo, 1995, *Sociología de la Comunicación Colectiva. Fantasía o Realidad*, UNAM, México
- Tenorio, Guillermo, 2004, 'Apuntes de clase' de *Introducción a las Teorías de la Comunicación*, primer semestre de 2004, UNAM, México
- Vasallo, María y Raúl Fuentes, 2002, 'Introducción' en *Comunicación. Campo y Objeto de Estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*, Vasallo, María y Raúl Fuentes, ed. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Universidad de Colima y Universidad de Guadalajara, México
- Yurén, Teresa, 1990, *Leyes, Teorías y Modelos*, Trillas, México

CAPÍTULO SEGUNDO

Los medios de comunicación como paradigmas tecnológicos

Introducción

El primer capítulo dejó claro el estatus de la comunicación como proceso, la configuración del mismo como objeto de estudio, el camino que históricamente sucedió para llegar a la situación actual que subraya la centralidad de la comunicación en las dinámicas sociales contemporáneas, etcétera. Asimismo, se bosquejó la influencia de la tecnología en estas cuestiones. Este capítulo se centra en vincular a la tecnología con los procesos de comunicación y explica cómo es ésta esencial para entender las posibilidades de los mismos.

En este capítulo se subraya la función social de la comunicación, misma que va de la mano de la tecnología y que será estudiada a fondo en el capítulo tercero. Se sugiere que a mayor avance tecnológico los medios tienen mayores posibilidades de impactar positivamente en las sociedades que basan sus dinámicas de interacción en ellos. Se exploran indirectamente conceptos como el determinismo y la convergencia tecnológica: cada medio de comunicación se define con base en la tecnología que lo respalda y cada medio de comunicación representa una convergencia de todos los que anteriormente surgieron.

En ese sentido, se comenta cómo la Internet es –actualmente– ‘el’ paradigma convergente, pues reúne texto, imagen fija, imagen en movimiento y audio, entre otros elementos, e incluso

representa la primera posibilidad de interacción, con lo que cualquier receptor se convierte en un potencial productor y con lo que se hace constante el modelo tradicional de la comunicación (emisor, receptor y mensaje) creando la posibilidad de una retroalimentación duradera.

El principal objetivo de este capítulo es demostrar cómo la tecnología es motor del avance social y que los medios de comunicación –centrales en las dinámicas sociales contemporáneas– son una manera de hacer ese avance tangible.

Las líneas de este capítulo surgieron de la Universidad Macquarie en Sydney, donde el Doctor Graham Meikle insistía en la convergencia tecnológica y las posibilidades de mejora social que ésta implica. Sin embargo, el Doctor hacía sus planteamientos desde el quinto país con mayor acceso a la carretera de la información, Australia, y olvidaba que existen espacios del mundo donde esa convergencia que –idealmente– lleva a una globalización y pluralismo informativo no es factible ni cultural ni económicamente.

De ahí que en el último punto la Internet aparezca en un ejemplo de vida personal que comprueba que todos los medios de comunicación hasta ahora existentes están potencialmente presentes en un ordenador. Sin embargo, el binomio del que hasta aquí se ha hablado –el de comunicación y tecnología– es sólo una conjunción ideal en países del primer mundo. Este capítulo concluye reflexionando sobre la realidad de ‘los desenchufados’: individuos ajenos a las posibilidades de cambio social ofrecidas por este binomio.

Cabe mencionar también la influencia que en la redacción de estas líneas tuvieron los textos de Delia Covi, investigadora de la UNAM, quien subraya las injusticias sociales generadas por la llamada brecha digital. Estas injusticias se vinculan con los medios de comunicación contemporáneos.

2.1. La influencia de la tecnología en los medios de comunicación

En el estado actual de la civilización, el desarrollo futuro es altamente influido por el estado de la tecnología futura (Kunckzik, 1991, p.291).

2.1.1. Tecnología y cambio social

Aristóteles afirmó que el fuego era uno de los cuatro elementos de los que todos los objetos terrestres están formados y su idea persistió hasta que la química moderna estuvo en la posibilidad de mostrar que era falsa (Chalmers, 2000, p. 15). Pero, ¿por qué Alan Chalmers habla de 'química moderna' y no sólo de 'química'? Lo que determina la diferencia es la tecnología disponible; en el tiempo que Aristóteles hizo esa afirmación no existía tecnología capaz de demostrar su falsedad, pero el avance científico e investigaciones más precisas trajeron nuevas herramientas para hacerlo.

En *¿Qué es esa cosa llamada ciencia?* Chalmers implícitamente indica una relación entre el avance científico y la tecnología disponible en un determinado momento. Para entender cómo funciona el mundo se necesita mucho más que un agudo sentido de la vista. Es por ello que muchos años atrás se pensaba que la tierra no era redonda. El avance tecnológico y nuevos instrumentos de observación hicieron posible demostrar que sí lo es.

En ese sentido, las posibilidades emergentes que el ser humano tiene para descubrir nuevos fenómenos se relacionan estrechamente con la ciencia, misma que se relaciona íntimamente con la tecnología, y esta última se relaciona totalmente con el avance. Entonces, se puede afirmar que la ciencia –a través de sus formas tecnológicas– es responsable del cambio social. Sin embargo, como Foucault lo indica (1996, p. 73), los estudios culturales han cuestionado tan poderosa concepción de la tecnología, ya que ésta no puede ser entendida sin un contexto.

Desde el punto de vista teórico, el entendimiento de los medios de comunicación como tecnologías ha emanado en gran parte de los estudios académicos de los medios de comunicación y de estudios de diversas disciplinas auxiliares en el estudio de la comunicación como proceso. Todos estos enfoques se han enriquecido al agregar, los unos a los otros, modelos de análisis para entender la relación entre los medios de comunicación y la sociedad.

Manuel Castells (2001, p. 155) señala que “la tecnología es una dimensión fundamental del cambio social [en la que hay] una compleja interacción de factores económicos, políticos y tecnológicos”. No tan sólo la tecnología afecta el espectro social, sino que éste a su vez afecta la tecnología: hay una relación recíproca. Existe una constante interacción entre sociedad y tecnología. Más específicamente, en el campo específico que a este escrito compete –el de la comunicación– existe una interminable relación recíproca entre la tecnología que respalda a cada medio de comunicación y la sociedad.

Por su parte, Marshall McLuhan fue uno de los primeros teóricos en subrayar la importancia de entender los medios como formas tecnológicas y afirmaba que “era imposible entender el cambio social y cultural sin conocimiento del funcionamiento [tecnológico] de los medios de comunicación” (McLuhan, 1967, p. 8).

2.1.2. Tecnología y formas mediáticas

Del alfabeto a los medios de comunicación móviles, pasando por la imprenta, el telégrafo, los fonogramas, el radio, la fotografía, la radio, la televisión, las computadoras e incluso la Internet, todas las formas mediáticas se deben a una tecnología específica o a la convergencia de varias de ellas. Por ello, el impacto de la tecnología en el surgimiento de cualquier medio es la capacidad que ésta provee para crear una gramática (o lenguaje) particular para ese medio. En ese tenor, de la misma manera que el alfabeto tiene un código para construir un significado, el telégrafo –ayudado por el alfabeto– creó uno nuevo. Igualmente la radio –ayudada por sus predecesores– lo hizo, y ésta es la historia de todos los medios de comunicación.

Estos avances tecnológicos han determinado la importancia de los estudios en comunicación. Por ejemplo, la fotografía ha sido un medio de comunicación desde que apareció. De cualquier manera, su impacto social fue de menor importancia hasta que su distribución colectiva se hizo posible gracias a los avances tecnológicos que permitieron que la imagen se multiplicara con facilidad. Por ello, “la fotografía fundó a los medios de comunicación visuales cuando el retrato individual fue sustituido por el colectivo” (Freund, 1976, p. 196). Esta afirmación ayuda a comprender la importancia de la comunicación humana masiva o colectiva –en este documento– en comparación con otros niveles de comunicación que no alcanzan la esfera pública.

Como Jean D’Arcy (1983, p. xxiv) señala, “la comunicación masiva [coincide siempre] con la tecnología disponible de determinado tiempo”; es decir, los medios de comunicación son siempre concebidos en un marco tecnológico específico en un momento preciso. La posibilidad de los humanos de interactuar socialmente mediante dichas formas mediáticas será generada por las posibilidades de la misma tecnología utilizada.

En esta línea de ideas, la mayor contribución de McLuhan a los estudios de medios de comunicación fue la inclusión de las cuestiones tecnológicas en el análisis de cada medio de comunicación en particular. Asimismo, propuso algunas famosas metáforas y reflexiones relacionadas con el ambiente de los medios de comunicación y su interrelación con la sociedad y “en vez de concentrarse en el contenido de los mensajes, [McLuhan pensó] en las formas tecnológicas de los medios y cómo éstas afectaban a las personas” (O’Shaughnessy y Stadler, 2002, p. 32). McLuhan (1964, pp. 20-1), criticaba los enfoques utilizados por Schramm para analizar la televisión y sus efectos pues sostenía que las aproximaciones de este autor carecían de elementos contextuales básicos –como el tecnológico– por lo que no proveían un entendimiento integral de la cuestión.

En un ambiente contemporáneo, teóricos como John Fiske (1995, p. 214) han logrado perfeccionar las apreciaciones de McLuhan al definir a un medio de comunicación como “un

desarrollo tecnológico que amplía los canales, capacidad y velocidad de la comunicación". Cabe destacar que en esta definición que incluye el factor tecnológico existe una aproximación al modelo de cuantificación de la información de Shannon y Weaver (mismo que puede ser analizado en el punto 1.4.1.2: *Modelo de Shannon y Weaver*), lo que sugiere que la importancia de la tecnología en el análisis de los medios de comunicación ha estado implícita por décadas.

Finalmente, de alta valía son las apreciaciones de Raymond Williams (2003, p. 291), quien establece la estrecha interacción de elementos como tecnología, sociedad y cultura al afirmar que incluso "el más preciso y discriminante estudio particular de efectos puede ser superficial si no se aplican las nociones de causa y efecto, tanto entre tecnología y sociedad, como entre tecnología y cultura, y entre tecnología y psicología". Con esta perspectiva se acentúa el rol determinante de la tecnología en las investigaciones en el campo de medios de comunicación.

2.1.3. El medio de comunicación determina al mensaje

'El medio es el mensaje' es la más famosa cita de McLuhan, misma que ha sido objeto de grandes debates en las escuelas de ciencias sociales y filosofía en todo el mundo. A pesar de parecer tan simple, su contenido polisémico puede ser operacional a través de algunas precisiones (o interpretaciones). De hecho, interpretada desde un enfoque rigorista, la cita de McLuhan puede haber enriquecido los modelos que explican las relaciones entre la sociedad y los medios de comunicación (que se han constituido como la columna vertebral de todos los estudios en comunicación).

Antes de la inclusión de elementos sugeridos por McLuhan en los principales modelos de estudio en el campo de la comunicación sólo se subrayaba la importancia de tres elementos: el productor del mensaje, el mensaje en sí mismo, y su receptor. En este tenor, el mensaje era estudiado sin que el que había sido transportado tuviera una importancia preponderante. Por ello es que el trabajo de McLuhan rescató la importancia del medio de comunicación para describir el proceso de la comunicación masiva.

Asimismo, McLuhan vinculó exitosamente la relación entre dos de los elementos básicos en el estudio de la comunicación: “[los] sentidos humanos, que hayan extensión en los medios de comunicación, están también basados en [las] energías personales” (McLuhan, 1964, p. 23). Con ello, el mensaje a través del medio de comunicación, guarda una cercana relación con su emisor.

Sucintamente, es necesario agregar que aunque el medio no es necesariamente el mensaje (en términos operacionales), el mensaje debe ser analizado dependiendo de su medio. Éste, a su vez, sólo puede ser estudiado en términos de sus alcances (determinados por sus formas tecnológicas). En ese tenor, la distinción que el mismo autor hace entre medios ‘calientes’ y ‘fríos’ puede ser útil para ubicar el área de interés de McLuhan: mientras algunos medios requieren intensa participación de los receptores, algunos otros prácticamente no la requieren. De ahí que el impacto del mensaje sea diferente. En síntesis, un mensaje no puede ser pensado sin considerar su medio, y éste último no puede ser pensado sin considerar la tecnología que lo respalda.

2.1.4. Globalización y pluralismo informativo: promesa de las nuevas tecnologías

Hasta ahora este punto ha discutido la relación entre tecnología, medios de comunicación y cambio social, lo que sugiere que los medios de comunicación tienen la posibilidad de crear un cambio social mediante las nociones de globalización y pluralismo. Éstas, al menos en el discurso, sugieren inclusión y democracia, al igual que las predicciones del nuevo mundo del que pueden ser base de cambio los sistemas de comunicación. Desgraciadamente, a pesar de estas posibilidades de cambio, en el año 2000 “la mitad de la población mundial no [tenía] acceso al teléfono, y un tercio de ellos [tenían] que viajar dos horas al día si [deseaban] utilizar uno” (Barr, 2000, p. 147). En este contexto, es evidente que aproximadamente la mitad de la población mundial está fuera de este discurso global.

Se han desarrollado discursos y perspectivas en este sentido para los países en desarrollo. En el caso de América Latina, Delia Crovi (2004a, p. 88), afirma que “se han construido estudios comunicativos basados en el principio de inequidad”. En este sentido la misma autora sugiere que existen tres paradigmas que determinan este enfoque: la comunicación alternativa, el nuevo orden mundial de la información y la comunicación, y la economía política de la comunicación en América Latina.

Particularmente los dos primeros son de vital importancia para entender la globalización y el pluralismo en las sociedades latinoamericanas. “La comunicación alternativa ha reunido a los académicos para reflexionar sobre las dinámicas de los [...] nuevos modelos y la posibilidad de liberación a través de ellos” (Schwarz y Jaramillo, 1986, p. 68) y se relaciona de manera directa con el nuevo orden mundial de la información y la comunicación (relacionado con las propuestas de MacBride que serán analizadas en el punto 3.3.3: *El Informe MacBride*) pues éste ofrece modelos alternos de comunicación surgidos de la revisión de las dinámicas informacionales.

Estos enfoques críticos pueden ser encontrados en la obra de autores provenientes de países desarrollados, como Armand Mattelart (estudioso que vivió un tiempo en Chile y convirtió a América Latina en su objeto de estudio), quien “rechaza el rol tradicional asignado a los investigadores sociales (tomar a la comunicación con estrictos propósitos de observación) y postula un involucramiento político” (Schwarz y Jaramillo, 1986, p. 56). Todos estos enfoques que postulan la participación activa del investigador en los procesos concibieron a la comunicación –basada en la tecnología– como factor de desarrollo, y determinaron los estudios en materia de comunicación durante décadas en la región.

Entendida la globalización desde sus posibilidades comunicativas e informacionales, se antojaría que ésta resultara en mayores posibilidades de interacción entre los individuos, situación que condujera a sistemas democráticos y bien informados donde todas las personas tuvieran la posibilidad no sólo de ser un receptor de información, sino también un productor (lo

que implicaría pluralismo). Los factores involucrados tienen un nivel jurídico que se estudiará en el siguiente capítulo ya que la información y la comunicación pueden conceptuarse como derechos humanos. ¿Están disponibles estos derechos –para todos– en países en desarrollo?

2.2. La convergencia tecnológica en su ejemplo contemporáneo: la Internet

La Internet [...] es un híbrido de la comunicación: en parte un sistema de información donde las personas pueden buscar información mediante diversos motores de búsqueda, pero también es un medio de comunicación donde los usuarios pueden crear su propio contenido y distribuirlo ampliamente usando la plataforma World Wide Web (Barr, 2002, p. 244).

3.1.1. La sociedad de la información

Como señalan Octavio Islas y Fernando Gutiérrez (2003, p. 165), “en los años recientes, el término *Sociedad de la Información* ha sido incorporado en los discursos político, académico y mediático contemporáneos, para designar al proyecto de sociedades posibles del nuevo milenio, en las cuales [se emplean] intensamente las avanzadas tecnologías de la información – particularmente las asociadas con el desarrollo de Internet–, a través de las cuales [circula] una gran cantidad de información relevante para el consumo cultural de estas sociedades.” En esta línea de ideas, para entender lo que es la sociedad de la información bastaría decir que es aquella que tiene medios tangibles y procesales para hacer uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Por otra parte, es necesario hacer referencia a un factor geopolítico que se vincula con el último punto abordado: los países desarrollados, los que están en vías de desarrollo y los subdesarrollados. En el primer mundo la sociedad de la información estaría conformada por

casi a toda la población: una situación socioeconómica estable y equitativa convierte a los integrantes de estos países en candidatos ideales para formar parte de este privilegiado grupo. En el caso de los países en desarrollo la situación suele ser diferente. El caso de México puede ser un claro ejemplo: las clases media y alta son susceptibles de formar parte de tal sociedad; sin embargo, la constituida por millones de pobres, no. Es por ello que no es válido afirmar que una sociedad actual es *per se* informatizada. Las posibilidades tecnológicas tienen que conjuntarse con posibilidades económicas para hacer posible este fenómeno.

En este sentido, ya desde 1995 Jesús Galindo Cáceres (p. 29) hablaba de la dicotomía de la llamada sociedad de la información, afirmando que “es peculiar, por una parte el poder y el control central, y por otra parte la democracia y el juego liberal de la libertad de acción y oportunidad. Al final la lógica de la información vence y aparece sobre todas las contradicciones.” Hace unos años la distribución de la información era muy limitada. Hace cien años las noticias llegaban tarde, carentes del factor oportunidad. Actualmente, las noticias ni siquiera tienen que llegar a los seres humanos: éstos tienen la habilidad de llegar a ellas tomando la carretera de la información. En ello radica la lógica de la información que debe de estar disponible para todos los seres humanos.

Hace tan sólo un par de décadas la sociedad se encontraba limitada a la información que le brindaran las grandes cadenas de radio y de televisión: a los medios de comunicación masiva tradicionales. La situación ha tendido a cambiar en ciertas partes del mundo, pero caben algunas preguntas: ¿es consecuencia esto de un avance ideológico y que pretende preservar el derecho a la información?, ¿se debe esto a las constantes luchas que históricamente han tenido los periodistas por preservar el derecho de la sociedad?, ¿es consecuencia de la tecnología misma?

Definitivamente las tres opciones se conjuntan; sin embargo, la tecnología ha sido indispensable; existe un paralelismo claro entre avance de la tecnología y oportunidad de estar informado, tal como se destacó en el capítulo anterior. En una sociedad de la información los

contenidos emitidos por noticiarios televisivos y radiofónicos son cada vez menos primarios. Diversas informaciones están disponibles en la carretera de la información, donde el grado de censura –en general– es menor¹.

La sociedad de la información tiene en sus manos los dones de la información, la inmediatez y la oportunidad. Así pues, la comunicación es mucho más efectiva: los mensajes respecto de un mismo concepto son emitidos por diferentes receptores y en segundos es posible comunicarse con regiones antípodas por lo que las comunicaciones en estas sociedades son un tejido inmenso el cual se puede explorar por completo en cualquier momento. La sociedad de la información puede, potencialmente, hacer valer, gracias a la tecnología, el derecho a la información que tienen todos los habitantes de este planeta. Este derecho será discutido en el punto 3.3: *El derecho a la información*.

2.2.1. Tecnologías de los medios de comunicación como paradigmas

El concepto de paradigma fue introducido por Thomas Kuhn en los años sesenta para explicar la naturaleza de la ciencia. Sugirió que los científicos trabajan de acuerdo a ciertas reglas y procedimientos en torno a un objeto de estudio. Dado que todos comparten principios y modelos similares se les ubica en un paradigma científico. Una vez que los científicos de un determinado paradigma descubren nuevas posibilidades de involucrarse con los mismos objetos de estudios (es decir, nuevas metodologías y enfoques) surge el momento de mudar de paradigma y con ello se da una revolución científica. Un paradigma nuevo suele ofrecer mejores posibilidades para interactuar con los objetos estudiados y para explicarlos, pues la tecnología disponible suele ser más favorable.

¹ Este documento no discutirá casos como el de Cuba, China o países de Medio Oriente donde la restricción de acceso a este medio es alta, pero cabe anotar que precisamente existe tal restricción porque se busca que los habitantes de esas sociedades no tengan el insumo básico que les permita ejercer sus derechos fundamentales: la información.

De hecho, dado que el concepto fue desarrollado en el campo de la ciencia, no es difícil vincularlo con el campo de la tecnología, pues ambos se complementan. Como sugiere Castells (2001, p. 156) “[un] paradigma tecnológico organiza el rango de tecnologías disponibles en torno a un núcleo que favorece el mejor funcionamiento de cada una de ellas”. De ahí que se pueda afirmar que el funcionamiento de cada medio de comunicación se basa en paradigmas tecnológicos.

En este sentido, incluso una definición de diccionario puede ser útil para entender la concepción de la tecnología de los medios de comunicación como paradigmas; como A. Hornby (2000) escribió para el Diccionario Oxford Advanced Genie, paradigma es “un típico ejemplo o patrón de algo”. Entonces, los paradigmas tecnológicos de los medios podrían ser definidos no sólo como el grupo de hábitos y costumbres que un grupo específico de personas desarrollan para relacionarse con un medio en específico, sino también como las tecnologías particulares que permiten que exista una interacción entre las personas y el medio de comunicación de una manera determinada. En otras palabras, la interacción entre los individuos y los medios de comunicación está fuertemente determinada por factores tecnológicos.

Por ejemplo, la relación que las audiencias tienen hoy en día con la televisión es diferente de la que tenían cuando recién se introdujo. En ese momento fue el medio de comunicación que conjuntó audio e imagen en movimiento y los llevó a la esfera privada por primera vez. La aparición de la televisión –por su tecnología– hizo que las personas eventualmente modificaran la relación que tenían con medios previos como la radio o incluso la fotografía.

A los analistas de medios de comunicación lo que más debe importarles es precisamente la relación e interacción entre los medios de comunicación y la sociedad. En ese sentido el aspecto tecnológico –como tanto se ha subrayado– es de la mayor importancia. Pero el entendimiento de las tecnologías de los medios como paradigmas demanda también una perspectiva histórica de los medios, misma que debe ser casuística dado que en cada región del

mundo los contextos históricos y sociológicos de cada medio de comunicación son y han sido diferentes.

2.2.2. El paradigma convergente

Como comenta el Doctor Graham Meikle (2005), investigador del Departamento de Medios de Comunicación de la Universidad Macquarie en Sydney, la convergencia es “la unión de elementos que previamente estaban separados”. En el escenario mediático contemporáneo esa convergencia ha sido posible gracias a importantes avances tecnológicos: diferentes tecnologías se suman a otras para crear tecnologías híbridas.

Por su parte, Hartley (2002, p. 39) define convergencia como “la integración de la telefonía, computación, transmisión, y tecnologías mediáticas; y por ende la integración de negocios, mercados e interacciones sociales asociadas con ellos”. Desde este punto de vista, no cabe duda que la Internet es el paradigma convergente: reúne y facilita prácticamente todas las tecnologías de los medios de comunicación que le preceden. Precisamente esta característica hace única –hasta ahora– a la gran autopista de la información.

De ahí que sea indispensable “ver a los medios como un conjunto; ver a las formas de comunicación como interdependientes, tratándolas como un paquete, un repertorio, un sistema” (Briggs y Burke, 2002, p. 22). Ello permite comprender que ahora la Internet es el paradigma más convergente y que en su momento cada medio de comunicación lo fue. Las perspectivas se enriquecen al igual que las tecnologías de los medios. La característica que diferencia a la red de redes es que se le puede considerar como la máxima representante del informacionalismo: “un paradigma que está sustituyendo al industrialismo de la sociedad del siglo veinte” (Castells, 2001, p. 57). En este paradigma se basa la ya referida sociedad de la información.

Como resultado de lo anterior, “responder a un programa de televisión (transmisión) mediante una página web (telecomunicaciones) que contabiliza las respuestas y votos (computación) del auditorio es una forma básica de convergencia. Tener la posibilidad de hacer todo esto mediante un solo aparato es un resultado más avanzado de la convergencia” (Hartley, 2002, p. 39). Tal aparato no podría ser explicado sin comprender la dimensión tecnológica de los medios de comunicación, que –con una perspectiva histórica– permiten entender cómo surgió la Internet.

En la actualidad, la red de redes puede ser considerada como el paradigma convergente o al menos el medio de comunicación más convergente en el marco de la dicotomía planteada por Castells (2001, p. 157): informacionalismo contra industrialismo, donde señala que la información por su “función excepcional en la acumulación de riqueza y poder” puede superar incluso al sector industrial.

A manera de cierre, puede ser afirmado que el paradigma actual en el que se inscriben los medios de comunicación es uno dominado por la convergencia. Existen dos elementos con los que se identifica este paradigma: el primero se relaciona con todos los descubrimientos y avances tecnológicos que hacen que la convergencia sea una realidad tangible para la sociedad; el segundo, las sociedades mismas. Existe pues, una relación recíproca entre el paradigma convergente y la sociedad que lo causa: la sociedad de las redes y la sociedad de la información. La primera implica un establecimiento de vínculos virtuales a través de tecnologías mientras que la segunda constituye un ente basado en bienes informacionales.

2.2.3. La red de redes

Castells (2001, pp. 162-3) señala que en la red la “recombinación es el recurso de innovación, particularmente si los productos de éste se convierten en soportes de otras maneras de interacción”. Esta recombinación puede ser característica de un paradigma nuevo, pues nunca fue posible con los medios anteriores. Ésta se ha dado incluso en el nivel lingüístico por los

booms de lo 'e' (electrónico) y de lo 'ciber'. Del e-mail, al comercio electrónico; de la cibercomunidad a la ciberdemocracia; o incluso de *online* (en línea) a *offline* (sin conexión), las interacciones sociales en, alrededor y a través de la Internet ofrecen mayores posibilidades de análisis que nunca antes. Esto se debe a un contexto tecnológico: mientras más compleja es la tecnología detrás de un medio, más complejas son las interacciones sociales que éste puede generar.

Neil Postman (1992, p. 70) afirma que gracias a la Internet “somos una cultura que se consume a sí misma con información”, con lo que dramatiza la abundancia de información disponible en los medios de comunicación contemporáneos, y sugiere que el exceso de este insumo equivale a la falta del mismo. Tal abundancia informativa se explica por la convergencia tecnológica: la Internet facilita el acceso a diferentes tecnologías y medios que multiplican la gama de opciones disponibles.

Ya sea un medio de comunicación o un sistema de información o un híbrido, la llamada red de redes ha sido el escenario más importante en el que la sociedad experimenta las posibilidades de la digitalización y sus resultantes productos y servicios. Éstos son “formas mediáticas y contenidos informativos que toman ventaja de una infraestructura en red de banda ancha [...] y la amplia posibilidad de interacción y de personalizar servicios para el usuario” (Flew, 2005, p. 12).

Internet es una red que –al igual que cualquier otro medio– no sería como es y no ofrecería las posibilidades que ofrece sin la implantación de diferentes tecnologías de medios anteriores en su estructura. Castells (2001, p. 172) identifica algunas invenciones anteriores que hicieron posible la revolución de la información y la tecnología: ARPANET (la red de la Agencia de Programas Avanzados de Investigación del Departamento de Defensa Estadounidense), el circuito integrado, la computadora personal, la revolución del software, los códigos UNIX y los protocolos de Internet y de Control de Transmisión. Dichas creaciones son importantes no sólo desde una perspectiva tecnológica, sino también desde una histórica.

2.3. Un ejemplo personal: comunidades virtuales en mi laptop

La Internet y otros medios han unido a personas alrededor del mundo en una 'aldea global' o comunidad virtual. Estos aspectos positivos de la globalización son específicamente ligados a los medios de comunicación y su capacidad de acercarnos más, informarnos de problemas y eventos que ocurren en lugares lejanos, y crear un sentido de unidad: una cultura compartida por toda la humanidad (O'Shaughnessy y Stadler, 2002, p. 304).

2.3.1. La Internet: posibilidad de todos los medios en un solo aparato

Es momento de utilizar todos los conceptos y metáforas en un caso de estudio: mi experiencia personal como estudiante internacional, lo que me alejó de mi entorno por cerca de dos años. Tal oportunidad me ha permitido darme cuenta de la relación de las aproximaciones teóricas abordadas con mi vida diaria.

De acuerdo con O'Shaughnessy y Stadler (2002, p. 303), "[el] mundo se está aproximando a lo que el teórico Marshall McLuhan ha llamado una *aldea global*, en la que estamos ligados por la cultura y en la cual la tecnología logra que las distancias sean irrelevantes". Para mostrar lo rápido que la Internet evoluciona, es necesario subrayar que tal afirmación fue hecha hace seis años, y que en la actualidad las sociedades no se encuentran aproximándose a dicha 'aldea', sino que muchas de ellas ya están en ella.

En cuanto a la afirmación de McLuhan que sostiene que los medios de comunicación son extensiones del cuerpo humano (y sugiere que también de nuestras habilidades), antes de vivir en el extranjero me hubiera parecido una exageración. Desde 1984 –año en que nací– mi relación con medios como la prensa escrita, la radio o la televisión había sido bastante estática. Éstos habían sido parte importante de mi vida, pero todos habían estado conmigo desde que había nacido, por lo que sus avances nunca me parecieron magnos.

De cualquier manera, mi historia con la red de redes es completamente diferente: nada estática. Desde 1996, cuando por primera vez usé una computadora con acceso a la red, las representaciones mediáticas del mundo han sufrido modificaciones colosales. La Internet ha cambiado mi vida en diferentes contextos: mientras más posibilidades tecnológicas ofrece, mayores son estos cambios. Por ello, desde ese año, 1996, sigo viviendo en comunidades físicas (basadas en lugares y espacios tangibles) pero también estoy conectado a las comunidades 'en línea', que "tienen la capacidad de fortalecer vínculos entre aquéllos que tienen creencias similares y también servir a una comunidad virtual que acaba al menos con algunas divisiones sociales tradicionales" (Norris, 2004, p. 40).

Mi comunidad virtual fue mi computadora portátil y la Internet ha llegado a ser una extensión de mí como ser humano. Tal fenómeno lo viví día a día: al estar en el extranjero no tuve otro medio, pero nunca lo necesité. Todos los días obtuve noticias como lo podría haber hecho en la prensa escrita, y con *Skype*, un software que "opera en un modelo P2P [persona a persona] en vez del modelo tradicional servidor-cliente" (Wikipedia, 2008), llamé por teléfono a todo el mundo, pues las "llamadas son cobradas sin importar el lugar de origen" (Wikipedia, 2008). Por diez euros pude llamar hasta diez horas tan sólo con una conexión de banda ancha, unos audífonos y un micrófono. En ese sentido, un teléfono estándar nunca me fue necesario.

Además, cada vez que decidí ver mis programas televisivos favoritos abría *LimeWire*, una comunidad virtual para compartir archivos y descargar los episodios más actuales de dichos programas. Incluso, cuando no se encontraban disponibles los episodios, había multitud de sitios y blogs donde podía leer lo que estaba sucediendo en ellos. Otra posibilidad fue la de adquirir series y DVD's mediante *Amazon*, un sistema con el que se ordena en línea y el proveedor entrega todo tipo de artículos a domicilio. En pocas palabras, nunca necesité ni siquiera de una televisión.

También escuché mis programas de radio favoritos en la red; hay muchas estaciones mexicanas que transmiten vía Internet, y muchas de todo el mundo. De esa manera, con mi computadora

portátil y una conexión a Internet la distancia a casa era aminorada, pues ambos instrumentos me ligaban completamente con mis comunidades en México. Nunca me sentí solo: pude llamar a mis amigos y familiares con *Skype* y organizar videoconferencias gratuitas o chats con *MSN Messenger*. También pude visitar el mundo con *Google Earth*, un software que “muestra una imagen de satélite [...] sobre un modelo tridimensional de la tierra” (Wikipedia, 2007). Incluso pude ver el techo de mi casa desde la pantalla de mi computadora portátil, y mi familia pudo ver los lugares donde viví, desde el primer día, en nuestra pantalla en casa.

Finalmente, puedo afirmar que a la distancia, la Internet fue el elemento más importante de mi vida. Me mantuvo comunicado y me dio posibilidades de interactuar con diferentes tipos de comunidades. Desde 2002 he participado intensamente en programas de intercambio académico en América, Asia y Europa y he podido sentir el cambio de paradigmas tecnológicos en la misma Internet. La convergencia que actualmente experimentamos no hubiera sido posible hace seis años.

2.3.2. Los desenchufados: la tarea pendiente

En países como en los que más tiempo pasé, Estados Unidos y Australia – este último uno de los que mayor acceso a Internet en el mundo (Lovelock, 2004, p. 559)– la convergencia y la pluralización son hoy en día una realidad. Los individuos toman como centro de su relación con los medios una computadora personal, y mediante periféricos como dispositivos USB, cámaras digitales, reproductores de MP3, y *iPODs*, entre otros, mantienen sus relaciones con su entorno.

En semejantes sociedades no es difícil ver la televisión y escuchar el radio en el *Real Player*, hablar por teléfono por *Skype*, crear un blog en *Blogspot*, estar en línea todo el día con el *MSN Messenger*, ver películas en el *Windows Media Player*, llevar la música, fotos y videos a todas partes con una *iPOD*, comprar mediante *Amazon* o pagar las cuentas en bancos en línea: así se expresa la condición humana en una comunidad virtual.

No obstante, como ya hace varios años sugería Juan Luis Cebrián en su obra *La red* (1998), todas las grandes promesas tecnológicas brindadas por la red de redes se quedan en el nivel discursivo para quienes viven en la brecha digital: el grupo de los que están ausentes o excluidos de la Internet. Es la división entre los 'ricos en información' y los 'pobres en información'.

Así es como las bondades de la red de redes se convierten en una utopía: una utopía con tintes económicos principalmente, pero también con implicaciones altamente jurídicas: se relaciona con el derecho a la información como se tratará en el siguiente capítulo. El ejercicio de ese derecho resultaría en un verdadero pluralismo. Un tema complicado, sin duda, pero quizá los estudiosos del derecho debieran hablar ahora del derecho a la convergencia tecnológica, pues el ejercicio de esa categoría implicaría un verdadero cambio social.

Conclusiones

La comunicación poco a poco ha ido revistiendo una definición totalizadora, cruzando tecnologías múltiples destinadas a estructurar una nueva sociedad (Mattelart, 1997, p. 87).

De acuerdo con Tim O'Sullivan (1995, p. 100), el determinismo tecnológico resulta del desarrollo fundamental de la tecnología y la información. El determinismo tecnológico establece una conexión intensa entre los avances en las tecnologías de las comunicaciones y el cambio social. Este capítulo siguió este esquema con el fin de demostrar la importancia del respaldo tecnológico de los medios de comunicación. Empero, es necesario considerar la inequidad en los flujos de información, el imperialismo cultural, la brecha digital, las limitaciones de conectividad y otros problemas para hacer una lectura integral de estos avances.

Entendida la importancia de la tecnología en el estudio de los medios de comunicación, un elemento a incluir en los modelos de análisis de medios debe ser el relacionado con el conocimiento y las habilidades relativas a la tecnología. Por ejemplo, Castells (2001, p. 163) vincula la capacidad de adquirir poder de procesamiento con la infraestructura tecnológica y el conocimiento para utilizarla. En otras palabras, la tecnología no puede producir progreso por sí misma, necesita ser operada por personas capacitadas para ello.

En lo que respecta a la Internet, ésta es la principal nueva tecnología de la información y la comunicación. Por ello, ha jugado un papel primordial en la creación de interconectividad: amplifica las conexiones sociales. A través de la Internet se potencializa la posibilidad de que los productos se globalicen con un menor esfuerzo. Por ejemplo, mientras que años atrás para escuchar música extranjera había que distribuir materiales físicos, la digitalización ha creado la posibilidad de transportar este tipo de productos por la red. Lo mismo sucede con productos como imágenes o libros.

Respecto de la dimensión económica de la globalización, la Internet ha permitido que las transacciones económicas sucedan más rápidamente, de esta manera los mercados internacionales están ahora mejor conectados en términos de tiempo y proceso de toma de decisiones. La Internet ha ocasionado que diversas actividades sociales, como los negocios internacionales, adopten un nuevo paradigma cuyas dinámicas se basan en las posibilidades tecnológicas que las organizaciones y los individuos tienen para decidir y comerciar.

Sin embargo, la principal conclusión que se obtiene de este capítulo es que independientemente del respaldo tecnológico de los medios de comunicación y las posibilidades que éstos ofrezcan para el cambio social, la mayoría de los habitantes del mundo se encuentran al margen de esta opción de cambio, pues los factores económicos y sociales se interponen con el tecnológico e impiden la consecución de una globalización y un pluralismo informativo.

Este capítulo mostró un ejemplo de cómo el llamado 'paradigma convergente' puede realmente facilitar una comunicación efectiva desde y a cualquier parte del mundo. Empero, este ejemplo fue real en las ciudades de Hannover, San Francisco, Seúl, Sydney, y quizá muy diferente habría sido desde otras latitudes. Es por ello que el capítulo tercero analizará cómo acabar con esa limitación espacial para concebir a la comunicación como verdadero factor de desarrollo.

Referencias

- Barr, Trevor, 2000, *newmedia.com.au*, Allen & Unwin, Australia
- Briggs, Asa y Peter Burke, 2002, *A Social History of the Media: from Gutenberg to the Internet*, Polity, Inglaterra
- Castells, Manuel, 2001, 'Epilogue' en *The Hacker Ethic*, Himanen, P. ed. Random House Trade Paperbacks, Estados Unidos
- Cebrián, Juan, 1998, *La red. Cómo cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación*, Taurus, España
- Chalmers, Alan, 2000, *¿Qué es esa cosa llamada ciencia?*, Siglo Veintiuno Editores, España
- D'Arcy, John, 1983, 'An Ascending Progression' en *The Right to Communicate: A New Human Right*, Fisher, D. y L.S. Harms, ed. Boole Press, Irlanda
- Fiske, J. 1995, 'Medio/medios', en *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*, O'Sullivan, Tim et al. ed. Amorrortu, Argentina
- Flew, T. 2005, *New Media: an Introduction*, South Melbourne y Oxford University Press, Australia
- Foucault, Michel, 1996, 'Debates en las Ciencias Sociales de 1945 hasta el presente', en *Abrir las Ciencias Sociales*, Wallerstein, I. ed. Siglo XXI, Mexico
- Freund, G. 1976, *La fotografía como documento social*, Gustavo Gili. España

- Hartley, John, 2002, *Communication, Cultural and Media Studies. The Key Concepts*, Routledge, Inglaterra y Estados Unidos
- Hornby, A. S. 2000, *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, Oxford University Press, Inglaterra, CD
- Kunczik, M. 1991, *Communication and Social Change. A Summary of Theories, Policies and Experiences for Media Practitioners in the Third World*, Fiedrich-Ebert-Stiftung, Alemania
- Lovelock, C. et al. 2004, *Services Marketing. An Asia-Pacific and Australian perspective*, Pearson Prentice Hall, China
- Meikle, Graham, 2005, 'Apuntes de clase' de *Media Technologies and Society*, segundo semestre de 2005, Macquarie University, Australia
- McLuhan, Marshall, 1964, *Understanding Media*, Routledge, Inglaterra
- McLuhan, Marshall, 1967, *The Medium is the Massage*, Hardwired, Estados Unidos
- Norris, P. 2004, 'The Bridging and Bonding Role of Online Communities' en *Society Online. The Internet in Context*, Howard, P. N. y S. Jones, ed. Sage Publications, India e Inglaterra
- O'Shaughnessy, M. y Stadler, J. 2002, *Media and Society*, Oxford University Press, Inglaterra

- O'Sullivan, Tim, 1995, 'Determinismo tecnológico', en *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*, O'Sullivan, Tim et al. ed. Amorrortu, Argentina
- Postman, Neil, 1992, *Technopoly*, Vintage, Estados Unidos
- Wikipedia, the free encyclopedia, 2007, *Google Earth*, disponible en línea, http://en.wikipedia.org/wiki/Google_earth
- Wikipedia, the free encyclopedia, 2008, *Skype*, disponible en línea, <http://en.wikipedia.org/wiki/Skype>
- Williams, R. 2003, 'The Technology and the Society' en *The New Media Reader*, Wardrip-Fruin, N. y N. Montfort, ed. MIT Press, Inglaterra

CAPÍTULO TERCERO

La comunicación como factor de desarrollo: el derecho a la información

Introducción

Los capítulos primero y segundo plantearon a la comunicación y a la tecnología como un binomio real y existente. Asimismo, también se estableció que las posibilidades de cambio social que ofrece este binomio son limitadas. Este capítulo constituye una propuesta de filosofía de la comunicación para añadir un elemento más a ese binomio: el derecho.

Como se ha demostrado, el binomio comunicación-tecnología ha sido visto como una posibilidad factible de cambio social. Mucho se ha hablado sobre los binomios comunicación-tecnología, comunicación-democracia, comunicación-desarrollo, y poca literatura hay concerniente al binomio comunicación-derecho. Por ello, este capítulo pretende unir dos binomios, uno muy explorado (comunicación-tecnología) y otro no tan explorado (comunicación-derecho) para proponer un trinomio elemental que cause un cambio social incluyente: comunicación-derecho-tecnología.

Este capítulo constituye la propuesta real de esta tesis y surge de una desilusión por diversos discursos generados por las ciencias sociales y políticas que se convierten— con el paso del tiempo— en listas de buenos deseos. Como estudiante de derecho he encontrado en esta disciplina una herramienta para hacer operativas las políticas públicas que puedan generar un

cambio social tangible y veo en la dimensión jurídica la verdadera promesa del binomio comunicación-tecnología.

Cabe mencionar que esta propuesta se circunscribe certeramente en el nivel ético-filosófico, pues no se plantean mecanismos operativos para implementar la creación de este trinomio. La primera parte del capítulo establece cómo el derecho, y no la ética o la deontología, puede llevar a un mejoramiento de la esfera de la comunicación pública tanto en el nivel de calidad de contenidos como de acceso a la misma. La segunda parte señala cómo el derecho puede tomar a la comunicación pública como objeto de estudio, situación que se retoma en la tercera parte al hablar del derecho a la información, mismo que se define como derecho humano y cuyos vínculos con la comunicación y la tecnología son fundamentales para establecer su pertinencia en este trabajo terminal.

El cuarto punto de este capítulo retoma a la Internet para explicar cómo es el medio que actualmente puede llevar a la realidad las posibilidades referidas de cambio social. Finalmente, el último punto hace referencia a la situación en México y cierra con un ejemplo de una organización civil que trabaja para hacer posibles las promesas tan referidas en esta tesis.

Para la constitución de este capítulo fueron de especial valía las reflexiones de la Maestra Margarita Puente, profesora universitaria que se ha interesado en el binomio comunicación-derecho, y los textos del Doctor Ernesto Villanueva, el principal investigador en materia de derecho a la información en México.

3.1. De la ética y la deontología al derecho en la comunicación pública

La flexibilidad de la ética (primero individual) y de la deontología (restringida) hace la diferencia con el derecho en el que el proceso de encauzamiento, cuando resulta necesario, pasa por mecanismos (procedimientos) pesados, a menudo lentos y duros de realizar (Loum, 2004, p. 309).

3.1.1. El negocio de la industria mediática

La industria comunicativa ha pasado a ser pilar de la economía; es así como algunas veces los periodistas y comunicadores se encuentran en una disyuntiva: la ética o el dinero. “La mayoría de los economistas admiten [...] que [los] singulares (y algunas veces aparentemente irracionales) métodos de comercialización, venta y publicidad son tan importantes como cualesquiera otros factores en la función del Estado tecnológico contemporáneo” (Gordon, 1981, p. 315). Sin embargo, es preocupante que la industria periodística se rija por estos mecanismos mercantiles, pues como ya se ha comentado en los capítulos anteriores, el impacto de la comunicación pública es magno en las sociedades contemporáneas.

Así, la labor periodística tiene que decidir entre formar parte de un sistema económico neoliberal o comprometerse con las sociedades a las que informa. Desgraciadamente, “los contenidos periodísticos, en una economía de mercado, son un anzuelo para el propósito central de los medios: ganar dinero. Diarios, radios y televisión son antes que nada un negocio” (Sohr, 1998, p. 115). En este tenor, ‘publicidad’, ‘mercado’ y ‘ganancias’ son generalmente términos mucho más atractivos que ‘ética’, ‘verificabilidad’, ‘compromiso’ y ‘responsabilidad’.

Actualmente los periodistas –y los comunicadores en general– trabajan para grandes empresarios. La industria de los medios se ha convertido en una de las más redituables en el

mundo. De esta manera, los contenidos subjetivos que los medios de comunicación masiva otorgan a su audiencia emanan de los intereses de estos empresarios, entre los que existe una tendencia a no informar lo que no conviene que sea conocido y a informar de manera exagerada aquellos sucesos poco relevantes que pueden generar un provecho determinado para organizaciones relacionadas con la empresa periodística.

“Algunas veces, los periodistas [...] tratan de excusar sus acciones incorrectas diciendo [...] que se las asignaron como tarea o se las impusieron de alguna manera” (Merril, 1981, p. 14). Esto no es justificable ya que va en contra de la sociedad misma. Sin embargo, dentro de una economía donde la clase media debe conservar su trabajo para subsistir, resulta muy difícil dar a conocer ideas fuera de la línea ideológica de una publicación. El periodista contemporáneo promedio ha dejado su capacidad crítica de lado y se ha convertido en un fiel reproductor de los principios ideológicos de la empresa para la que colabora.

Un enfoque ideal sería uno donde se publicaran “las informaciones sin ninguna clase de comentario, con objetividad y precisión, y dejar que el lector forme sus propios juicios morales” (Gilbert y Root, 1981, p. 32). Empero, la dinámica comunicativa contemporánea dificulta el periodismo de declaraciones, pues ante una oferta variada de medios informativos, la audiencia tiende a escoger justamente con base en la tendencia o ideología del medio.

3.1.2. La ética periodística

El periodismo ha sido históricamente una manera de difundir pensamientos e ideas y constituye la institución más emblemática de la comunicación pública. Incluso en la actualidad donde existe una alta apropiación del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, el periodismo y la labor del periodista siguen presentes, pues representan el elemento emisor en el modelo tradicional de la comunicación masiva. La comunicación pública tiene una audiencia que, conjuntamente con el Estado y la cultura nacional, influye en los contenidos de dichas informaciones: “cualquiera que examine la comunicación de masas como

institución social no puede dejar de ver el tremendo influjo que sobre ella tienen los intereses y gustos del público” (Schramm, 1964, p. 47).

En cuanto a la ética, cabe decir que ésta “se conoce también como filosofía moral” (Merino, 2003, pp. 599-600), y desde este punto de vista, la ética periodística, por definición, va de la mano con la filosofía. En este sentido, la ética debe proporcionar a los comunicadores públicos “ciertos principios o pautas básicas mediante los cuales juzgar si sus acciones son buenas o malas, correctas o incorrectas, responsables o irresponsables” (Merril, 1981, p.14), tomando en cuenta que la filosofía se centra en el deber ser de la conducta humana.

El ámbito ético del periodismo es “una jornada que vale la pena emprender, porque plantea el problema de la moralidad de la persona: obliga al periodista, entre otros, a considerar sus principios básicos, sus valores, sus obligaciones para consigo mismo y con los demás” (Merril, 1981, p. 12). Cabe subrayar una vez más que el estudio de la disciplina filosófica es el que fundamenta los estudios en ética periodística, pues la filosofía tiene como fin no sólo la descripción, análisis y fundamentación (aspecto teórico) de los actos humanos en cuanto a su obrar consciente y libre (aspecto práctico), sino también en cuanto a su regulación (aspecto normativo) sea ésta jurídica o metajurídica. Justo aquí se encuentra el primer vínculo con el derecho, base de este capítulo.

Si se toma en cuenta lo anterior, la ética periodística es la producción de comunicación pública apegada a la transmisión de informaciones empíricamente verificables; es la responsabilidad de que el otro esté certeramente informado. “La preocupación ética es importante también porque obliga al periodista a comprometerse, a optar reflexivamente entre alternativas” (Merril, 1981, p. 14).

3.1.3. La deontología en el ámbito mediático

El concepto de 'filosofía' siempre va de la mano con el de 'verdad'. La ética se imprime con valores, mismos que se inscriben en un sistema cultural que buscan dotarlos de cierto grado de objetividad para justificar el funcionamiento moral de los grupos sociales. Empero, "si los valores fueran a tal punto subjetivos que no pudieran trascender nuestra individualidad sería imposible pensarlos como un fundamento o un criterio común para dos personas que intentan comunicarse" (Garza, 1994, p. 33). En este sentido, en la deontología se encuentra el primer nivel de la objetivación de estos valores, donde adquieren un nivel metajurídico.

Como señala Loum (2004, p. 309) "cuando la ética interviene como poder de cuestionamiento y de encauzamiento, la deontología revela el alcance limitado de una moral propia a una actividad dada", por lo que ésta se constituye por los principios éticos aplicables a gremios de profesionales en particular. La deontología alcanza niveles tangibles y operacionales pues se llega a formalizar en reglamentos que sugieren lineamientos de actividad para los practicantes de alguna actividad en particular.

En México no existe un organismo que regule de manera precisa la actividad periodística y de la comunicación pública. En diversos momentos se ha propuesto en la historia nacional la creación de organizaciones reguladoras de esta actividad –incluso la de un Ombudsman en materia de comunicación pública– y a la fecha no existe ningún buró, barra, oficina o asociación de certificación que desempeñe este papel. Existen organizaciones principalmente de tipo académico, como la Asociación Mexicana de Derecho a la Información, la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación y la Fundación Manuel Buendía, pero se puede afirmar que ninguna de las tres ha logrado crear un paradigma deontológico en materia de comunicación pública nacional.

De ahí que mientras que en países como Australia y Estados Unidos los comunicadores públicos cuentan con una serie de instituciones que respaldan el paradigma deontológico, en el caso de México la responsabilidad de quienes ejercen esta profesión radica primordialmente en un aspecto moral. Los periodistas muchas veces no consideran que las informaciones que producen son principalmente para los demás y no para sí mismos.

3.1.4. La importancia del derecho en la comunicación pública

Wilbur Schram (1964, p. 45) menciona tres instrumentos de los que dispone la sociedad para hacer que los medios de comunicación masiva actúen de manera responsable:

- 1) El gobierno y sus distintos cuerpos reguladores, nacionales, estatales y locales.
- 2) Los propios medios de comunicación, su personal y sus asociaciones, tanto formales como informales y sus organizaciones administrativas.
- 3) El público en general, también con sus organizaciones y asociaciones formales e informales.

Empero, como se estableció en los puntos anteriores, muchas veces todas las alternativas se afectan por las dinámicas mercantiles de la industria mediática con lo que la autorregulación no es la opción más prometedoras. Esta afirmación va en línea con el pensamiento de Villanueva (2000, p. 9) quien señala que es un hecho que “las normas éticas no sustituyen, en modo alguno, a las reglas jurídicas, pero las pueden complementar y enriquecer”.

De ahí que la acción del gobierno, mediante sus cuerpos reguladores, sea indispensable para la generación de normas jurídicas aplicables al campo de la comunicación pública. Éstas son necesarias para garantizar una relación virtuosa entre los medios de comunicación masiva y la sociedad, cuestión que se desarrollará en los siguientes puntos de este capítulo.

Asimismo, cabe señalar que esta tesis sugiere la acción del Estado en dos vertientes: la primera garantizando –como hasta aquí se ha descrito– la producción de informaciones de calidad para

lograr informaciones certeras y verificables; y la segunda garantizando un acceso a los medios de comunicación como se bosquejará en los puntos siguientes.

3.2. Constitución del interés jurídico por la comunicación pública

Hoy cualquier análisis requiere necesariamente de varias disciplinas. Se pone en duda si todavía hay algún criterio que pueda utilizarse para señalar, con relativa claridad y consistencia, las fronteras entre las disciplinas sociales (Vasallo y Navarro, 2002, p. 10).

3.2.1. Funciones ideales de los medios de comunicación masiva

En noviembre de 1968 la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) inició estudios del papel y los efectos de los medios de comunicación masiva dada la intensificación de la difusión de la información y la penetración de la misma en todas las esferas de la sociedad. "Así, la investigación de las soluciones a los problemas de la comunidad y de la comunicación mundial ha de hacerse, por decirlo con palabras prestadas, en *guardan á l'espirit les grandes principes du droit naturel*" (Desantes 1974, p.317), en palabras españolas: guardando el espíritu de los principios elementales del derecho natural. Es precisamente en el vínculo que hay entre comunicación pública y derecho natural donde se encuentra el interés que el derecho ha generado en los medios de comunicación masiva. Este derecho natural se refiere al derecho que tienen los habitantes del mundo a informarse como se detallará en el punto 3.3: *El derecho a la información*.

Según Wilbur Schramm (1967, p. 9) los medios de comunicación deben cubrir con las siguientes funciones:

- 1) Crear un sentimiento de pertenencia a la nación.

- 2) Servir como vía de planificación nacional.
- 3) Enseñar los oficios necesarios para el desarrollo.
- 4) Ayudar a la gente a pensar en el futuro, y a desempeñar un papel como nación en medio de otras naciones.

También apunta que el periodismo se ha desarrollado siempre en forma paralela a la conciencia nacional y a la sensibilización frente al mundo exterior. En este tenor, Schramm le atribuye a los medios de comunicación masiva una relación directa con el periodismo y una serie de funciones de carácter nacionalista, un tanto idealistas principalmente si se analizan en un contexto mercantilista como el que se vive en la actualidad.

Sin embargo, aunque Schramm y otros teóricos de la comunicación y los efectos de los medios han señalado una serie de funciones que los medios de comunicación masiva deben tener – idealmente– para beneficiar a la sociedad en la que operan, sólo mediante disposiciones jurídicas y ordenamientos precisos sobre la actividad en los medios de comunicación masiva se puede alcanzar una relación virtuosa entre éstos y la sociedad.

3.2.2. Impacto de los medios de comunicación masiva

“Los medios de comunicación masiva [...] son organizaciones mediadoras entre un gran emisor (empresa o institución pública) y un público o auditorio de la información o mensajes, del dominio público o del privado” (Sánchez, 2004, p. 113). Dado que tal mediación sugiere un impacto en los receptores de esa información, los organismos productores de la misma no deben de escapar del cumplimiento de normas jurídicas que señalen lineamientos básicos que salvaguarden a la sociedad que se informa de ellos.

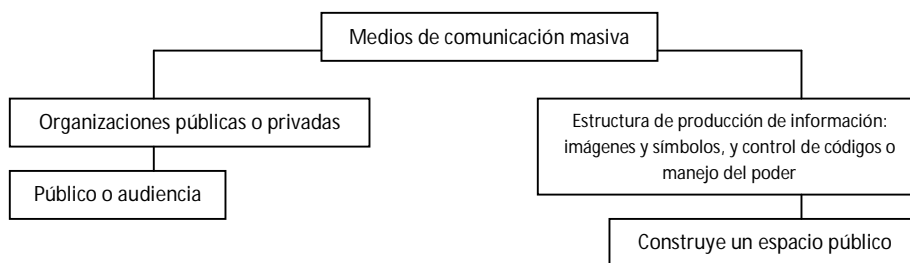


Gráfico 12: Inserción de los MCC en el espacio público

Fuente: Sánchez, 2004, p. 113

El gráfico señala cómo los medios de comunicación masiva son organizaciones públicas o privadas que sirven a un público o audiencia (sociedad) con lo que constituyen un espacio público, o más precisamente se unen a las dinámicas públicas al producir información de interés público. En este sentido, es innegable la responsabilidad que tienen los medios de comunicación masiva al ser el motor de las dinámicas de comunicación pública contemporáneas.

3.2.3. La comunicación mediada como proceso de interés jurídico

Hasta este punto se ha enfatizado la importancia de los medios de comunicación en las sociedades contemporáneas. En este sentido, la comunicación le atañe al derecho principalmente cuando ésta se da en la esfera pública, pues existe una repercusión social a la que el Estado debe atender.

La comunicación pública y masiva impacta directamente la esfera pública y la organización social, por lo que se requiere de un análisis riguroso desde la perspectiva jurídica con el fin de evitar la cada vez más evidente relación viciosa entre los medios de comunicación masiva y la sociedad. De ahí que durante el siglo veinte diversos hombres de gobierno y prestigiados académicos hayan comprendido que desde el derecho se pueden optimizar los insumos informativos y las vías para acceder a ellos.

3.3. El derecho a la información

El flujo de información técnica entre naciones y más allá de fronteras nacionales es un factor clave del desarrollo. El acceso a esa información, que los países requieren para procesos de toma de decisiones técnicas en todos los niveles es crucial como acceso a nuevos recursos. [...] Los países en desarrollo no proveen suficiente información de este tipo a países en desarrollo (MacBride, 1980, p. 13).

3.3.1. Aparición del derecho a la información en la Declaración Universal de los Derechos Humanos

Es la Declaración Universal de los Derechos Humanos en 1948 la que incluye diversos derechos que de manera global pueden apreciarse como el derecho a la información. El segundo apartado de su artículo 19 señala a la letra:

“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 de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

En esta línea, de acuerdo Desantes Guanter (1974, p. 35), los derechos que conforman el derecho a la información son los siguientes:

- Derecho a no ser molestado a causa de sus opiniones.
- Derecho a investigar informaciones.
- Derecho a investigar opiniones.
- Derecho a recibir informaciones.
- Derecho a recibir opiniones.
- Derecho a difundir informaciones.
- Derecho a difundir opiniones.

De lo anterior se puede concluir que el derecho a la información sugiere que los individuos deben de tener la posibilidad de generar y acceder a todo tipo de informaciones verificables, pues éstas les brindan materia de análisis para tomar decisiones certeras.

3.3.2. Los medios de comunicación y el derecho a la información

En el entendimiento de que el mejor vehículo para facilitar el derecho a la información como derecho humano lo constituyen los medios de comunicación, el *Informe MacBride* –reporte resultado del trabajo de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de Comunicación de la UNESCO dirigida por el jurista belga Sean MacBride– contiene una serie de recomendaciones y sugerencias para el funcionamiento de los medios de comunicación en países en desarrollo. Basados en él, diversos países latinoamericanos comenzaron discusiones acerca de las políticas públicas y regulaciones a implantar para que los medios de comunicación se convirtieran en promotores del cambio social.

Uno de los puntos clave de este reporte mencionaba que “el uso de los medios de comunicación en países en desarrollo debía también promover [...] conceptos como desarrollo personal, justicia distributiva, confianza en uno mismo, participación ciudadana, etcétera” (Kunczik, 1991, p. 288). Empero, dados los intereses capitalistas de los medios de comunicación como la radio y la televisión –que se convirtieron en industrias altamente redituables mucho antes de que el acceso a la información se encontrara en cuestionamiento– la aplicabilidad de las recomendaciones resultaría inoperable en muchos países.

De esta manera, aunque se descubrió que los medios de comunicación eran la principal herramienta para proteger un derecho humano como el derecho a la información, ya se encontraban en marcha políticas públicas y regulación para proteger los intereses de las grandes industrias mediáticas. A pesar de que proyectos comunitarios encaminados al cambio social basados en radio, televisión y prensa escrita fueron apoyados por diversos gobiernos y

organizaciones civiles en línea con las ideas de MacBride, los años pasaron y la situación mediática no mostró un cambio sustancial.

Una vez que se vio que el uso de los satélites nunca alcanzó la equidad recomendada por MacBride, que las difusoras de radio y televisión tenían sus intereses capitalistas en un lugar privilegiado respecto de los sociales, y que los flujos de noticias e información venían de las mismas agencias internacionales, los años noventa se convirtieron en los tiempos de una nueva posibilidad: la Internet. MacBride, por supuesto, no incluyó este medio en sus recomendaciones, pero surgía la esperanza de que se acabara con el paradigma de los medios de comunicación tradicionales en ese entonces cuya columna vertebral se constituía por elementos capitalistas.

John D'Arcy (1983, p. xxii), el padre del derecho a la información, consideraba que la comunicación masiva era "simplemente la distribución unilateral de información, no comunicación real, pues ésta implica interactividad". Empero, la Internet se basa en la interactividad, y de ahí que los esperados ánimos de cambio social de la mano de los medios de comunicación renacieran con la aparición de este medio.

Entendido como un derecho humano, el derecho a la información se puede poner en práctica mediante los medios de comunicación. Sin embargo, los medios de comunicación anteriores a la Internet se encuentran limitados para ello: no son interactivos o bidireccionales. De ahí que la Internet sea ahora considerada el vehículo ideal para que la población ejerza su derecho a la información. Pero a 28 años de que apareciera el *Informe MacBride* y más de diez de la comercialización masiva de servicios de conexión a la Internet, la situación se mantiene estática. Por ello, el derecho a la información no se ha visto impactado benéficamente por los factores tecnológicos al nivel que debería suceder; por el contrario, se ha visto impactado negativamente por factores económicos y políticos.

Si MacBride y D'Arcy hubieran conocido a la Internet en 1980, seguramente habrían encontrado en ella la solución ideal para cuestiones relacionadas con el acceso a la información y su conexión con el avance social.

3.3.3. El Informe MacBride

El *Informe MacBride* fue más allá de un simple análisis de la situación de la comunicación en su tiempo. Se convirtió en pieza clave de los estudios en materia de medios de comunicación y nuevas tecnologías, pero también para juristas y abogados que fortificaron los fundamentos jurídicos de la comunicación fundando el derecho a la información, mismo que ya “estaba reconocido implícitamente en el primer código de derechos humanos alguna vez adoptado. El derecho a la información se garantizaba también de manera similar por el Artículo 19 de la Convención Internacional de Derechos Civiles y Políticos que entró en vigor en 1976” (MacBride, 1983, p. XV).

“El concepto de derecho a la información tiene muchas bases y aparece para ofrecer una solución para los muchos problemas relacionados con la formulación de derechos en el área de la comunicación” (Fisher, 1983, p. v). Precisamente por el marco legal internacional que respalda esta área, el derecho a la información apareció como una posibilidad para acabar con el flujo unilateral de información. En ese tenor, se vislumbraron grandes posibilidades de cambio tras la publicación de este informe que se convirtió en un documento clave de discusión no sólo en escuelas de comunicación y periodismo en América Latina, sino también en las de derecho, donde grupos de juristas y abogados vanguardistas desarrollaron nuevos paradigmas para tratar los temas de información y comunicación desde el punto de vista jurídico.

El contexto tecnológico era diferente al actual ya que la carretera de la información aún no era un fenómeno tangible. Empero, en el escenario actual –supuestamente globalizado y plural– la lectura de este documento hoy día tiene vigencia. En dicho reporte se señalan a las comunicaciones vía satélite como una fuente de injusticia ya que su propiedad y administración

estaba asignada a unas cuantas personas. Ello se traduce en la actualidad en la llamada brecha digital, relacionable no tan sólo con los satélites, sino con el acceso a prácticamente cualquier medio de comunicación.

A continuación, diez de las recomendaciones que aparecen en el *Informe MacBride*, también llamado *Muchas Voces, Un Mundo* (MacBride, 1980):

1. En la esfera de la comunicación debe ser posible el establecimiento de objetivos y valores comunes en un mundo interdependiente, pero respetando la diversidad de tradiciones, pautas de la vida social, económica y cultural, necesidades y posibilidades de los distintos actores. Las comunicaciones libres, abiertas y responsables posibilitarán un orden social más justo y equitativo ante la persistencia de desigualdades mundiales inaceptables, generadora de tensiones y riesgos para la propia sobrevivencia humana.
2. Corresponde a los países en desarrollo reducir su dependencia respecto de las corrientes informativas que reciben de las grandes potencias. Si bien esto ha sido ampliamente debatido en varios contextos, es hora de pasar de los principios a la acción concreta.
3. Hacer efectivo el derecho de los hombres a la información supone la existencia de condiciones democráticas dentro de los países y relaciones de igualdad entre éstos.
4. Los desequilibrios de los sistemas nacionales de información y comunicación son tan inaceptables como las disparidades sociales, económicas, culturales y tecnológicas tanto nacionales como internacionales.
5. Países en desarrollo deberán tomar medidas específicas para establecer o desarrollar elementos esenciales de sus sistemas de comunicación: medios impresos, radiodifusión y telecomunicaciones.
6. Alentar la producción nacional de libros y unirla al establecimiento de una red de distribución de impresos (libros, periódicos y revistas), así como promover la difusión de obras de autores nacionales en diversos idiomas.
7. El uso educativo e informativo de la comunicación debe recibir la misma preferencia que el entretenimiento. Los sistemas educativos deben preparar a los jóvenes para las actividades

de comunicación: lectura de periódicos, evaluación de programas de radio y televisión, uso de técnicas y aparatos audiovisuales elementales.

8. Diseñar instrumentos de política de nivel nacional, a fin de evaluar las implicaciones sociales, positivas y negativas, de la introducción de poderosas tecnologías de la comunicación de nuevo cuño.
9. La concentración de la tecnología de las comunicaciones en un número relativamente pequeño de países desarrollados y corporaciones transnacionales ha conducido a situaciones de monopolio virtual. Ante ello, se requieren medidas nacionales e internacionales, entre ellas la reforma de las leyes de patentes y convenciones existentes, la legislación apropiada y los acuerdos internacionales.
10. En los sistemas de comunicación en expansión deberá otorgarse la preferencia a formas no comerciales de la comunicación informativa.

A pesar de que el contexto político en América Latina ha sufrido cambios dramáticos en casi treinta años, las preocupaciones de índole tecnológica (que de hecho se comparten con la mayoría de los países en desarrollo) siguen siendo las mismas. Después de más de un cuarto de siglo de la publicación de *Muchas Voces, Un Mundo*, documento en el que “las nuevas tecnologías de la información y la comunicación [eran] anunciadas como generadoras de crecimiento económico sustancial pero también eran [vistas] como parte de las estructuras dominantes de la empresa transnacional” (McAnany, 1986, p. 35), aún hace falta diseñar mecanismos para implementar estas recomendaciones que se encaminaban a matizar las diferencias sociales.

Hoy día, el Informe *MacBride* luce como una lista de buenos deseos. En 2005 la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación presentó como tema central en su congreso anual la trascendencia de este informe. Ninguna de las seis ponencias magistrales que abordaron el tema rescató la perspectiva jurídica: los aspectos fundamentales del derecho presentes en dicho documento fueron pasados por alto. Sólo se discutieron temas relacionados con el imperialismo cultural y la concentración de capitales económicos. Éste es un ejemplo

claro de que los estudios en materia de comunicación requieren ser fortalecidos con la perspectiva jurídica.

Desgraciadamente este reporte “ya no se encuentra disponible entre los libros que la UNESCO distribuye” (Halleck, 2005). Mientras fue un documento de esperanza para muchos países latinoamericanos, se convirtió en una amenaza para los Estados Unidos de Norteamérica por las implicaciones del llamado nuevo orden mundial de la información y la comunicación que sugería la pérdida de poder en materia de información por parte de las grandes potencias. Como Mattelart señala (1997, pp. 81-2) este debate fue de gran interés para los países en desarrollo que en las décadas de los años setenta y ochenta luchaban por alcanzar flujos iguales de información.

3.4. El derecho y el nuevo medio: la Internet

Hoy, las modernas tecnologías de los medios, particularmente la Internet y la comunicación vía satélite, se han convertido en la infraestructura que ha hecho posible un nuevo sistema de mercado y un nuevo contexto para la difusión de ideas políticas, económicas y culturales. De la mano de esas ideas han venido oportunidades para la eliminación de la pobreza global y una mayor capacidad para los ciudadanos del mundo de ser testigos y luchar contra la violación de derechos humanos, donde sea que éstos pasaren (Calabrese, 2005).

3.4.1. Un nuevo paradigma jurídico

Como diversos autores lo han señalado, la red de redes posee características *sui generis* que habrán de definir nuevos modelos y paradigmas para entender a los medios de comunicación y la interactividad en ellos.

Desde el punto de vista jurídico, “la tasa elevada de información intercambiada dentro del ciberespacio, la velocidad de transformación y de difusión de [...] información demandan una revisión casi completa de los paradigmas a partir de los cuales se considera generalmente el derecho” (Loum, 2004, p. 300), pues los modelos tradicionales de transmisión y generación de información que el derecho ha abordado con medios como la radio y la televisión se ven retados por la red de redes.

3.4.2. Las promesas de la Internet en debate

Carey (1989, p. 202) afirma que es “una agencia de cambio benéfico: mejoramiento espiritual, moral, económico y político”. Sería fácil pensar que este señalamiento se refiere a la Internet, pero en realidad es una cita que Carey hizo respecto de lo que se pensaba del telégrafo siglos atrás, cuando este medio cambió los paradigmas de interacciones sociales en su tiempo: economizaba en la señal de transmisión de mensajes, evolucionó las formas de comercio y modificó las dinámicas sociales de manera importante.

Así pues, la Internet no es un milagro sin antecedentes; mucho menos una tecnología sin precedentes. Es el resultado de la evolución tecnológica de todos los medios de comunicación en la historia. Las promesas democráticas que autores como Nicolás Nagroponte hacen respecto de la red de redes no son nuevas: de igual manera se pensó que el telégrafo, la radio o la televisión, e incluso el libro, –en su momento de aparición– democratizarían las sociedades, brindarían a todos acceso a la información y lograrían la tan idílica pluralización en donde todos pudieran participar de la producción y recepción de información.

¿En verdad la Internet les da las armas a los individuos para luchar contra las violaciones de derechos humanos, o para eliminar la pobreza global? Algunos teóricos optimistas apuntan que sí es el caso –o sugieren que pronto lo será– mientras que otros mantienen un enfoque crítico debido a la brecha digital. “Por un lado, grupos e individuos que poseen la habilidad de participar dentro de la sociedad en red, y del otro, los que están ausentes o excluidos de ella. Es

la brecha entre los *ricos en información* y los *pobres en información*" (Hartley, 2002, p. 70). Tanto los conceptos de globalización como los de pluralismo –en el contexto mediático– de moda en las disciplinas sociales no se han podido expandir a su máximo en países en desarrollo.

3.5. La situación en México

Durante sus primeras décadas se permitió que la televisión en México operara con el mínimo régimen de regulación. Sin embargo, en 1970 la administración presidencial de Echeverría se preocupó por la calidad del contenido de la televisión en lo concerniente a cultura nacional, salud pública y cuestiones morales (Sinclair, 1996, p. 42).

3.5.1. El paradigma clásico de estudio: la radio y la televisión

Ernesto Villanueva, principal investigador latinoamericano en el binomio comunicación-derecho, se ha enfocado principalmente en los medios de comunicación masiva con plataforma electrónica (como la radio o la televisión) y comenta que "a diferencia de lo que sucede en la prensa escrita, los medios electrónicos no sólo producen información de interés público: entretienen y educan también" (Villanueva, 2000, p. 9). En este sentido, el autor sugiere que el impacto de medios como la radio y la televisión es mayor, por lo que los Estados requieren centrar sus esfuerzos en vigilar la calidad de las informaciones que desde éstos se producen.

Históricamente son estos dos medios de comunicación los que han resultado de mayor importancia para el derecho en México. Cabe mencionar que "la información es un recurso político en la acción social" (Sánchez, 2004, p. 196) y que es evidente que los medios de comunicación predilectos de las sociedades del mundo para obtener esta información durante gran parte del siglo veinte fueron la televisión y la radio. De ahí que concibiendo la información desde el punto de vista jurídico hayan sido la radio y la televisión objetos de estudio jurídico predilectos en ese periodo.

En el caso mexicano, de acuerdo con el *Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos* (publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía) en su versión 2007 (2008, p. 121), más del 90 por ciento de los mexicanos poseen por lo menos un aparato televisivo su hogar y se puede obviar el hecho de que la presencia de aparatos radiofónicos es aún mayor. Destacados teóricos de la comunicación como David Morley y Guillermo Orozco consideran a la televisión como un ente central en los hogares de hoy en día. De ahí que se pueda hablar de funciones específicas de la televisión en la sociedad mexicana del principio del siglo veintiuno:

1. Informar al público de la situación social, económica y política del país.
2. Entretener, mediante la transmisión de producciones cuyos géneros difieran de los informativos o educativos.
3. Educar a la sociedad indirectamente, pues la televisión –de acuerdo con diversos teóricos e incluso siguiendo lo que establece el artículo quinto de la Ley Federal de Radio y Televisión– proyecta los valores nacionales.
4. Una vez más, de acuerdo con la misma Ley, la televisión debe generar un sentido de identidad nacional.
5. Introducir el espacio público al privado, permitiendo que el usuario o receptor tenga información de la dinámica social y capacidad para tomar decisiones.

Villanueva (2000, p. 10) señala que “en un estado democrático de derecho el sentido teleológico de los medios electrónicos debe consistir en un servicio público dirigido a enriquecer la calidad de vida mediática de todos”. En este tenor, diversos países, entre los que destacan Alemania, Australia, Estados Unidos de Norteamérica, Holanda y Reino Unido, han constituido medios de servicio público cuyos principios y actividades reflejan un claro apego a la función teleológica señalada por Villanueva. En el peor de los casos, las estaciones de servicio público representan una alternativa para los usuarios de radio o televisión quienes pueden elegir entre la programación de las corporaciones mediáticas globales o la ofrecida por estas estaciones que operan con recursos gubernamentales en la mayoría de las veces.

Desgraciadamente el espectro mexicano no es tan alentador; Florence Touissant (2004, p. 358) refiere el caso de la televisión como un ejemplo de oligopolio, pues a pesar de que “hay 468 concesionarias en todo el país y 164 permisionadas, en realidad son dos grandes empresas de señal abierta, Televisa y TV Azteca, las que acaparan tanto el gasto publicitario como la audiencia mayoritaria. La televisión de pago tiene a la vez una gran empresa que abarca casi todo el territorio”. En este sentido, a pesar de la pluralidad de emisoras, el origen de todos los contenidos es restringido tanto en la televisión abierta como en la privada.

El caso de la radio es bastante similar al de la industria televisiva, pues a pesar de la gran cantidad de frecuencias operantes el origen de los contenidos proviene muchas veces incluso de las mismas fuentes que los contenidos televisivos. La misma autora (p. 360) señala que en la radio “existe mayor pluralidad que en la televisión. En el país operan 758 estaciones concesionadas y 94 permisionadas [pero] hay poca diversidad, ya que los contenidos son manejados por algunos consorcios que corresponden a los grupos que funcionan mediante la afiliación o el convenio”.

Sucintamente, como lo señala de manera crítica Javier Esteinou (2004, p. 173), “a estas alturas de la historia de la comunicación nacional, el único derecho [...] que posee la sociedad mexicana desde el origen de los medios electrónicos en el país [...] es el derecho de cambiar de canal o frecuencias, o de apagar o encender la pantalla, pues de manera real, ningún otro derecho ha sido otorgado por la estructura jurídica del poder mediático nacional”. En México, en el cambio de frecuencias que refiere Esteinou las opciones no son plurales.

3.5.2. La legislación aplicable al binomio comunicación-derecho

Actualmente, el acceso a la radio y la televisión en México es alto. Gran parte de la regulación existente es aplicable a ambos medios y más recientemente han surgido normas referidas al entorno digital. En cuanto a la Internet corresponde, muchos habitantes –no la mayoría– gozan de acceso a la red de redes ya sea por medio de un ordenador propio o público.

Además de estar respaldado por la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dedica dos artículos que aluden de manera directa al derecho a la información, el sexto y el séptimo:

Artículo sexto: “La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho a la información será garantizado por el Estado”

Artículo séptimo: “Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito.

“Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que, so pretexto de las denuncias por delitos de prensa, sean encarcelados los expendedores, *papeleros*, operarios y demás empleados del establecimiento de donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquellos”.

Por otra parte, en materia de comunicación pública, en México son aplicables la Ley de Imprenta, la Ley Federal de Cinematografía, la Ley Federal de Radio y Televisión, la Ley Federal de Telecomunicaciones, la Ley Federal del Derecho de Autor y su Reglamento, la Ley General de Salud. Ley sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacionales, el Reglamento de la Comunicación Vía Satélite, el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, el Reglamento de la Ley General de Salud en materia de control sanitario de la publicidad, el Reglamento de la Industria de la Televisión por Cable, y el Reglamento de Publicaciones y Revistas Periódicas.

Asimismo, el 11 de junio de 2002 se publicó en el Diario Oficial de la Federación la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, en línea con leyes homólogas que se habían publicado en la mayoría de los países del primer mundo en la segunda mitad del siglo veinte. Esta Ley en particular no es objeto de análisis en este capítulo, pero basta decir que en seis años ha evolucionado las formas de concebir el acceso a la

información y con la creación del Instituto Federal de Acceso a la Información Pública y organismos homólogos en los niveles de administración pública estatal y del Distrito Federal, se ha hecho una intensa labor por promover una cultura de acceso a la información, calidad de contenidos mediáticos y transparencia.

Existe una clara relación entre el derecho a la información y la dinámica de la comunicación en un Estado. Así –como se puede apreciar hasta este punto– en el caso del mexicano existen los elementos básicos para brindar un marco de seguridad a la información y a la comunicación pública. En la medida en que las leyes sean aplicadas se podrá afirmar que México se encuentra en total práctica del derecho a la información y que pertenece –en su totalidad– a la sociedad de la información referida en anteriormente.

Finalmente, cabe una nota para referir las investigaciones académicas que en México se realizan sobre el binomio comunicación-derecho. La mayoría de ellas son sobre radio y televisión aunque cada año crece el número de investigaciones sobre el marco jurídico de la red de redes. María de los Ángeles Huerta (2004, p.24), investigadora del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación y de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, clasificó toda la investigación realizada en materia de comunicación en México de 1994 a 2003, y respecto de la relacionada con el derecho señala que “se cuenta un promedio de sólo 5 trabajos por año [y] del total de 88 investigaciones realizadas en este rubro durante la década en cuestión, casi la mitad de trabajos se efectuaron en [...] 2002”. La mayoría de estos trabajos académicos tuvieron como signatario a Ernesto Villanueva, investigador del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM.

3.5.3. ¿Puede la Internet garantizar el derecho a la información?

¿De verdad la globalización de los flujos de información crea pluralismo? ¿Se protege así el derecho a la información? Mediante las siguientes tablas de análisis se contestarán estas cuestiones:

País	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Estados Unidos	587.4	605.1	629.1	657.2	672.0	684.1
Canadá	676.9	678.5	655.3	648.7	640.8	641.2
México	124.7	138.9	148.8	159.9	172.2	182.3
Argentina	214.6	218.8	205.5	227.2	229.2	244.7
Brasil	177.9	212.2	217.0	216.1	215.2	213.8
Nicaragua	32.4	30.3	33.0	37.1	37.7	37.8
Haití	8.9	9.7	15.7	17.7	17.1	17.0

Tabla 2: Líneas telefónicas disponibles por cada mil habitantes

Fuente: World Resources Institute, 2008

En México la principal posibilidad de acceder a la Internet es ya la banda ancha aunque muchos usuarios aún utilizan la marcación (práctica que desde finales del siglo anterior ya no se ve en los países de primer mundo). El principal proveedor del servicio es Telmex, único con cobertura total del país, mediante su compañía *Prodigy Internet*. Por más de 10 años la compañía ha ofrecido paquetes en los que se vende la conexión a la red y también la computadora. La mayoría de las familias mexicanas tienen acceso a la red mediante esta compañía que les provee todo el equipo necesario, mismo que pueden pagar mensualmente en dos o más años. El monto que se paga es mayor al doble del valor de los productos y servicios proporcionados, además de que las llamadas de conexión también se le pagan a la misma empresa. Así, *Prodigy* vende el servicio de Internet, y Telmex el de conexión telefónica que es indispensable en cualquier tipo de conexión a la red.

País	1999	2000	2001	2002
Estados Unidos	51.71	58.52	62.25	62.5
Canadá	36.07	39.02	39.02	48.7
México	4.42	5.06	6.87	6.87
Argentina	4.65	5.13	5.34	8.2
Brasil	3.63	4.41	6.29	7.48
Nicaragua	0.81	0.89	0.96	2.79

Tabla 3: Número de computadoras personales por cada cien habitantes

Fuente: Pérez, 2004, p. 105

“¿Tiene sentido introducir la televisión en un país en desarrollo donde el ingreso anual de, digamos, un granjero, no es suficiente para comprar una televisión?” (Kunczik, 1991, p. 276). Esta pregunta ilustra el caso de América Latina. De acuerdo al *Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos* en su versión 2007 (2008, p.121) más del 90 por ciento de la población tiene acceso a la radio y a la televisión. Empero, el salario mínimo mensual no llega a los dos mil pesos mensuales y la computadora personal más económica tiene un costo de más del doble de esa cantidad. Por ello, como lo refleja esta tabla, muchos mexicanos quedan privados de la facilidad de poseer una computadora personal. Los datos conjuntos de número de líneas telefónicas y computadoras disponibles nos sugieren la posibilidad de acceso a Internet, pues ambos son elementos necesarios para la existencia de este medio.

Lugar en el mundo	País	Porcentaje de Acceso
1	Holanda	89.12
2	Irlanda	86.94
3	Nueva Zelanda	78.07
4	Suecia	75.35
5	Australia	75.26
9	Estados Unidos de Norteamérica	69.27
13	Canadá	68.11
20	Reino Unido	62.43
39	España	42.80
43	República Dominicana	36.11
63	Argentina	25.81
67	Costa Rica	23.11
79	México	18.06
195	Sierra Leona	.18
196	Nigeria	.17
197	Timor Oriental	.11
198	Berma	.06
199	Liberia	.03

Tabla 4: Porcentajes de usuarios de Internet en países seleccionados al 2005

Fuente: Nation Master, 2008

Por otro lado, tener una computadora y contratar un servicio de conexión a la red no es la única posibilidad de ingresar a la carretera de la información. A través de diferentes programas y

políticas públicas, los países en desarrollo han favorecido a aquellos que no tienen una computadora en casa. En el caso específico de México el gobierno de Vicente Fox implementó un programa para eliminar la brecha digital: el sistema *e-México*.

En el 2004 Delia Crovi encabezó un proyecto en la UNAM llamado 'México en la Sociedad de la Información y el Conocimiento', el cual analizó este sistema y sus políticas públicas. Para explicar la brecha digital la autora identifica cinco dimensiones (2004b, p. 13): tecnológica, informacional, económica, de participación y de conocimiento. Las dos últimas se refieren a la imposibilidad de participar, porque incluso si se tiene la tecnología adecuada es factible que no se cuente con el conocimiento para operar la red, y como resultado se pierden los privilegios de ésta.

En ese tenor, el sistema *e-México* mostró deficiencias serias. Por ejemplo, algunas computadoras fueron llevadas a comunidades rurales donde no existía electricidad para operarlas. Asimismo, no existía el número suficiente de profesionales para capacitar a los interesados en aprender a usar la Internet. El punto a destacar es que la brecha sugerida hace décadas por MacBride sigue vigente: ahora es –además de económica– digital y de conocimiento. Existen muchos elementos a considerar para erradicar tal brecha que mantiene las diferencias entre los pobres y los ricos. La gran lección al respecto es que la tecnología por sí misma no representa cambio social.

La cifra presentada de conexión a Internet en México es, a pesar de los esfuerzos del gobierno y las políticas públicas que se han implementado, demasiado baja. Más del 50 por ciento de la población habita en áreas urbanas, y apenas el 18 por ciento tiene acceso a la máxima carretera de la información. Esta cifra considera a aquellos que tienen acceso en lugares públicos, por lo que se puede asumir que el porcentaje de mexicanos con acceso privado a un ordenador con conexión a Internet es aún más bajo.

3.5.4. Un esfuerzo ciudadano: Libertad de Información-México A.C.

“Las ONG’s [Organizaciones No Gubernamentales] son [...] reflejo del compromiso de la sociedad civil con la resolución de sus problemas [y buscan] movilizar ideas y voluntades (Jacobo, 1999, p. 38).” En materia de derecho a la información, Libertad de Información-México A.C. (LIMAC) es una organización civil surgida de la iniciativa de destacados académicos que se dedican a fortalecer el binomio comunicación-derecho subrayando el beneficio social que tiene la difusión del conocimiento del derecho a la información. Los objetivos de la Asociación misma se relacionan con el de este capítulo, pues esta organización es muestra clara de cómo la comunicación pública es de interés jurídico y cómo su adecuada relación puede conllevar beneficios sociales.

Su antecedente directo es el llamado Grupo Oaxaca, fundado en la Declaración de Oaxaca, signada el 26 de mayo de 2001 en la ciudad del mismo nombre. Este grupo emanó del interés de juristas, académicos, periodistas y otros profesionales que, en el marco de la discusión de una ley de acceso y transparencia en México, plantearon la creación de un grupo que trabajara en las bases para la creación de una cultura de acceso a la información y transparencia. De ahí que los objetivos del grupo tuvieran un alto contenido social.

Este grupo se encontró dentro del tercer sector, o sociedad civil, desde donde surgió en gran medida la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, y no desde el gobierno, como algunos actores sociales presumen. Juan Francisco Escobedo (2002), especialista en materia de acceso a la información y miembro de este grupo, describe sucintamente su aparición:

“Este conjunto de factores y de concomitancias en el proceso de cambio, en la discusión pública y en la nueva gestión de temas y posiciones en la esfera pública, asociados con la democratización deliberativa e informativa del país, propició la emergencia de una nueva expresión social con una extraordinaria capacidad de movilización de opinión pública, que se ha denominado Grupo Oaxaca.

“Dicho grupo consiguió posicionar en la agenda pública el tema del derecho a la información en su vertiente de derecho de acceso a la información pública, y ha desplegado una inédita capacidad para gestionarlo en el espacio público y ante los poderes del Estado. Hasta el punto de persuadir a la oposición al PAN [Partido Acción Nacional] representada en la Cámara de Diputados, a apoyar su propuesta de Iniciativa de Ley Federal de Acceso a la Información Pública, formulada por una comisión técnica del propio grupo. Documento que alcanzó el rango de iniciativa de ley desde el 6 de diciembre del 2001 al presentarse al pleno de la Cámara de Diputados con la firma y apoyo de las fracciones parlamentarias del PRI [Partido Revolucionario Institucional], PRD [Partido de la Revolución Democrática], PVEM [Partido Verde Ecologista de México], PT [Partido del Trabajo] y Convergencia Democrática. Esta gestión política desde la sociedad civil, constituye un hecho sin precedentes en la historia del régimen político autoritario”.

Fueron precisamente las líneas de acción y los objetivos del citado grupo los que llevaron a Ernesto Villanueva, miembro de la Comisión Técnica del Grupo Oaxaca, a concebir un proyecto de organización civil en el que se conjuntaran los principales especialistas en los temas de transparencia, acceso a la información y calidad mediática. Así, en diciembre de 2004 se constituye LIMAC, que –en un inicio– plantea su actividad en torno a las guías de acción previamente establecidas en la Declaración de Oaxaca.

Entre los miembros del Consejo Técnico del llamado Grupo Oaxaca se encuentran tres nombres que actualmente ocupan casi la totalidad de espacios del Consejo Directivo de LIMAC: Luis Javier Solana, Ernesto Villanueva e Issa Luna Pla.

LIMAC no presenta explícitamente un apartado detallado y desglosado de funciones y objetivos, pero tras analizar sus estatutos y explorar a fondo la dinámica organizacional de esta Asociación Civil se puede afirmar que existen objetivos de cuatro tipos: sociales, regionales, académicos y jurídicos; y que en cuanto a las funciones hay también cuatro de ellas: una educativa, una defensora, una gremial, y una productora.

Como funciones sociales destacan el promover el derecho de acceso y libertad de información entre los diversos sectores sociales en México; impulsar acciones para garantizar el derecho de

acceso a la información pública; elaborar sondeos y monitoreos sobre servicios de acceso a la información; y defender la libertad de expresión. En el apartado regional la función es ser portavoz del derecho de acceso y libertad de información en el continente americano. Los dos académicos son coadyuvar en la consolidación del derecho a la información y dar un seguimiento a la percepción del derecho a la información. Finalmente los jurídicos son coadyuvar a la construcción de un marco jurídico de acceso a la información pública; realizar dictámenes legislativos en materia de derecho a información; e incidir en la elaboración de leyes en materia de derecho a la información.

En cuanto a sus funciones, la educativa se ubica en el interés que LIMAC muestra por informar a la ciudadanía en materia de acceso a la información, rendición de cuentas y transparencia. Por ejemplo, se trabajó un proyecto con la Fundación Hewlett, mismo que tuvo como objetivo – mediante diversos materiales didácticos– crear una cultura de acceso a la información en estudiantes mexicanos de niveles básicos.

La función defensora es una parte de los servicios de asistencia técnico-jurídica. Por ejemplo, LIMAC ha colaborado en la defensa de Miguel Ángel Granados Chapa, Ricardo Rivera Flores y Froylán López Narváez, periodistas que fueron demandados con motivo de diversas declaraciones hechas en publicaciones impresas y programas televisivos. Uno de los objetivos de LIMAC es la defensa de periodistas.

La función gremial se centra en la búsqueda de la consolidación del derecho a la información. Además de la producción de materiales bibliográficos, hemerográficos y digitales especializados en la materia, LIMAC ha incidido directamente en la creación de nuevos paradigmas de estudio en materia de derecho y de información. Asimismo, sus fuertes relaciones con la academia (mexicana y extranjera) han permitido la oportuna reproducción de la obra de sus miembros. Incluso, dos colaboradores permanentes de LIMAC formaron parte de un grupo de académicos que hace unos años diseñaron la Especialidad en Derecho a la Información para ser impartida

en la máxima institución de estudios jurídicos en América Latina: la Facultad de Derecho de la UNAM.

Por último, la función productora se ubica en la creación de nuevos conocimientos y paradigmas de estudio en materia de derecho a la información. Se vincula estrechamente con la función gremial en tanto que gira en torno a la consolidación de una disciplina y un grupo de especialistas de ella.

Conclusiones

La posesión y aplicación oportuna de la información es factor esencial de progreso; es factor indispensable para el uso racional de recursos, de avances científicos, tecnológicos, sociales y culturales y prerequisite para el desarrollo (Fuentes, 2003, p. 103).

Es necesario comprender la dimensión jurídica en los procesos de comunicación pública, pues con discusiones de índole filosófica es difícil llevar los 'buenos deseos' a la práctica. El Estado y sus organismos deben regular el ejercicio del periodismo de tal manera que lo que aparezca en los medios de comunicación masiva sea información verificable; esto sin que la actividad comunicativa pública se convierta en un simple periodismo de declaraciones.

Como se puede apreciar en este capítulo, los principales autores del campo de la comunicación son recurrentes al relacionar a los procesos de comunicación con la vida política, social y económica de diferentes naciones, y poca referencia se hace de la vida jurídica de las mismas. Se podrían obtener grandes logros mediante el crecimiento de un paradigma jurídico en los estudios en medios de comunicación.

El caso de América Latina y México corresponde al caso de las economías emergentes. Pareciera que el hecho de vivir en la pobreza violara el derecho a la información establecido en la Declaración de los Derechos de Humanos. Las sociedades en estado de pobreza no están ni computarizadas ni informatizadas: la falta de tecnología les impide la posibilidad de ampliar sus posibilidades comunicativas.

En cuanto a legislación, la existente respecto de la comunicación pública ha dado resultado en diversos países. En el caso de México se cuenta con legislación suficiente, sin embargo es necesario crear los mecanismos adecuados para que los resultados de su aplicación puedan ser tangibles en la calidad de los contenidos en los medios de comunicación masiva y en el acceso a ellos.

Muchas de las sociedades que actualmente se desarrollan en espacios urbanos viven en una era digital; es decir, al estar informatizadas y tienen acceso a establecer diversos procesos de comunicación. En estos casos, la efectividad de la comunicación radica –en un segundo plano– en el interés que un individuo tenga por comunicarse o por estar informado.

El Profesor Daniel Bell atinadamente comentó que “el Estado-Nación se ha vuelto muy grande para los pequeños problemas de la vida y muy pequeño para los grandes problemas de la vida” (D’Arcy, 1983, p. xxii). Tal afirmación –escrita hace 25 años– ilustra los retos que la Internet conlleva para disciplinas como la sociología o el derecho, pues la posibilidad de regular las tecnologías convergentes parece estar escapándose de la capacidad de dichos Estados.

Dado que la Internet aumenta el acceso de las personas a la información, ahora los individuos tienen el derecho de enterarse del funcionamiento económico, político y cultural desde cualquier parte del mundo. Incluso existe la capacidad de escoger dónde adquirir un producto virtualmente. De esta manera, productos que antes estaban restringidos a ámbitos locales ahora tienen un enfoque global gracias a la Internet.

Este capítulo ha mostrado que el derecho es una posibilidad de hacer realidad las posibilidades de cambio social ofrecidas por el conocido binomio comunicación-tecnología. En este tenor el Estado es un importante actor pues de las normas jurídicas que genere y la dinámica en que éstas se implementen dependerá el verdadero cambio social, pero también –como se mostró en el último punto– el llamado tercer sector puede ayudar al Estado a promover valores e ideas de derecho a la información, acceso a los medios y calidad mediática en un plano cultural.

Referencias

- *Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos. Edición 2007, 2008*, INEGI, México
- Barr, Trevor, 2000, *newmedia.com.au*, Allen & Unwin, Australia
- Calabrese, A. 2005, 'The MacBride Report: Its value to a new generation' , *Global Policy*, disponible en línea, <http://www.globalpolicy.org/empire/un/2005/macbride.htm>
- Carey, J. 1989, *Communication as Culture*, Routledge, Estados Unidos
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
- Covi, Delia, 2004a, 'Aportes latinoamericanos al estudio de la comunicación' en *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004*, Martell, Lenin, ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México
- Covi, Delia, 2004b, 'Sociedad de la información y el conocimiento. Algunos deslindes imprescindibles' en *Sociedad de la información y el conocimiento. Entre lo falaz y lo posible*, Covi, Delia, ed. La Crujía, Argentina
- D'Arcy, John, 1983, 'An Ascending Progression' en *The Right to Communicate: A New Human Right*, Fisher, D. y L.S. Harms, ed. Boole Press, Irlanda
- Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano
- Desantes, José, 1974, *La información como derecho*, Editora Nacional, España

- Escobedo, Juan, 2002, 'Movilización de opinión pública en México. El caso del Grupo Oaxaca y de la Ley Federal de Acceso a la Información Pública', *Sala de Prensa*, disponible en línea, <http://www.saladeprensa.org/art417.htm>
- Esteinou, Javier, 2004, 'Hacia una sociedad con voz: el rescate del derecho de respuesta en México' en *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004*, Martell, Lenin, ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México
- Fisher, D. y L.S. Harms, 1983, 'Introduction' en *The Right to Communicate: A New Human Right*, Fisher, D. y L.S. Harms, ed. Boole Press, Irlanda
- Fuentes, Raúl, 2003, 'El campo académico de la comunicación en México: fundamentos de la postdisciplinarietà' en *Los estudios culturales en México*, Arce, Valenzuela, ed. CONCACULTA-Fondo de Cultura Económica, México
- Galindo, Jesús, 1995, 'De la sociedad de la información a la comunidad de la comunicación', en *Cuadernos del Departamento de Comunicación del ITESO No.2*, ITESO, México
- Garza, Eduardo, 1994, *Comunicación en los valores*, Ediciones Coyoacán, México
- Gilbert, Gene y Robert Root, 1981, 'Una ética para periodistas' en *La prensa y la ética. Ensayo sobre la moral*, Merrill, John y Ralph Darney, ed. Editorial Universitaria de Buenos Aires, Argentina
- Gordon, George, 1981, 'Cómo se hace un consumidor' en *La prensa y la ética. Ensayo sobre la moral*, Merrill, John y Ralph Darney, ed. Editorial Universitaria de Buenos Aires, Argentina

- Gutiérrez, Fernando y Octavio Islas, 2003, 'Internet, utopía o panóptico de la sociedad de la información', en *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación X*. Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, México
- Halleck, Dianne, 2005, 'Many Voices, One World', *Media Alliance*, disponible en línea, <http://www.media-alliance.org/article.php?story=20031109003224251>
- Hartley, John, 2002, *Communication, Cultural and Media Studies. The Key Concepts*, Routledge, Inglaterra y Estados Unidos
- Huerta, María, 2004, 'Análisis de la investigación académica sobre medios de comunicación realizada en México de 1994 a 2003' en *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación No. XI*, Russi, Bernardo, Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, México
- Jacobo, Humberto, 1999, *Las Organizaciones No Gubernamentales Mexicanas; una aproximación a su caracterización y naturaleza organizacional*, tesis de maestría en Estudios Organizacionales, UAM-Iztapalapa, México
- Kunczik, M. 1991, *Communication and Social Change. A Summary of Theories, Policies and Experiences for Media Practitioners in the Third World*, Fiedrich-Ebert-Stiftung, Alemania
- Ley Federal de Radio y Televisión
- Loum, Ndiaga, 2004, 'Internet y regulación: la ética y la deontología prevalecen sobre el derecho' en *Sociedad de la Información y el conocimiento, entre lo falaz y lo posible*, Covi, Delia, ed. La Crujía, Argentina

- MacBride, Sean, 1980, *Many Voices, One World*, UNESCO, Francia
- MacBride, Sean, 1983, 'The cause of Liberty' en *The Right to Communicate: A New Human Right*, Fisher, D. y L.S. Harms, ed. Boole Press, Irlanda
- Mattelart, Armand, 1997, *Historia de las Teorías de la Comunicación*, Paidós, España
- McAnany, E. 1986, 'Seminal Ideas in Latin American Critical Communication Research: An Agenda for the North' en *Communication and Latin American Society. Trends in Critical Research, 1960-1985*, R. Atwood y E. G. McAnany, ed. The University of Wisconsin Press, Estados Unidos
- Merino, José, 2003, 'Ética' en *Diccionario de las Ciencias de la Educación*. Santillana, México
- Merrill, John y Ralph Darney, 1981, 'Prefacio' en *La prensa y la ética. Ensayo sobre la moral*, Merrill, John y Ralph Darney, ed. Editorial Universitaria de Buenos Aires, Argentina
- Nation Master, 2008, Users (per capita) (most recent) by country, disponible en línea, [http://www.nationmaster.com/graph/int_use_percap-internet-users-per-capitalInternet Statistics](http://www.nationmaster.com/graph/int_use_percap-internet-users-per-capitalInternetStatistics)>
- Pérez, Gabriel, 2004, *Análisis crítico del sistema nacional e-México. La estrategia web del gobierno federal para la reducción de la brecha digital*, tesis de maestría en Ciencias de la Comunicación, UNAM, Mexico

- Sánchez, Roberto, 2004, 'La comunicación política' en *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004*, Martell, Lenin, ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México
- Schramm, Wilbur, 1964, *Proceso y Efectos de la Comunicación Colectiva*, Ediciones CIESPAL, Ecuador
- Schramm, Wilbur, 1967, 'Introducción' en *La Ciencia de la Comunicación Humana*, Schramm, Wilbur, ed. Ediciones CIESPAL, Ecuador
- Schwarz, C. y O Jaramillo, 1986, 'Hispanic American Critical Communication Research in its Historical Context' en *Communication and Latin American Society. Trends in Critical Research, 1960-1985*, Atwood, R. y E. G. McAnany, ed. The University of Wisconsin Press, Estados Unidos
- Sinclair, J. et al. 1996, *New Patterns in Global television*. Oxford University Press, Inglaterra
- Sohr, Raúl, 1998, *Historia y poder de la prensa*, Andrés Bello, España
- Toussaint, Florence, 2004, 'Los medios mexicanos en la red digital' en *Sociedad de la Información y el conocimiento, entre lo falaz y lo posible*, Covi, Delia, ed. La Crujía, Argentina
- Vasallo, María y Raúl Fuentes, 2002, 'Introducción' en *Comunicación. Campo y Objeto de Estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*, Vasallo, María y Raúl Fuentes, ed. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Universidad de Colima y Universidad de Guadalajara, México

- Villanueva, Ernesto, 2000, *Ética de la radio y la televisión. Reglas para una calidad de vida mediática*, Universidad Iberoamericana, México
- World Research Institute, 2008, Main telephone lines per 1000 people, disponible en línea,
http://earthtrends.wri.org/searchable_db/index.php?step=countries&cID%5B%5D=6&cID%5B%5D=26&cID%5B%5D=33&cID%5B%5D=80&cID%5B%5D=122&cID%5B%5D=135&cID%5B%5D=190&theme=10&variable_ID=556&action=select_years

CONCLUSIONES GENERALES

Como se ha explicado a lo largo de los tres capítulos de esta tesis, “la comunicación es el fundamento de toda relación humana, produce bienes sociales, une a los individuos entre ellos y permite la vida colectiva” (Lazar, 1995, p.13). En este tenor, la comunicación es un proceso que es objeto no sólo de disciplinas sociales, pues la omnipresencia de la comunicación implica que los estudios de ésta son susceptibles de ser abordados por todas las ramas del conocimiento.

“Para Aristóteles, la retórica era la facultad de establecer los medios posibles de persuasión en cada caso particular” (Maccoby, 1967, p. 51) y con esta perspectiva construye la primera aproximación teórica al campo de la comunicación humana, desde la cual se han desarrollado los más complejos modelos y cuerpos explicativos de la comunicación como proceso, pero también los más sencillos, pues el esquema básico con los elementos de ‘emisor’, ‘receptor’ y ‘mensaje’ proviene del pensamiento de Aristóteles mismo.

Los modelos de la comunicación permiten –ya sean por sí mismos o mediante adaptaciones que incluyan varios de ellos, uno para cada aspecto del hecho estudiado– entender los procesos de comunicación y su relación con las dinámicas sociales. Precisamente dentro de los modelos tradicionales de comunicación aparece el medio mismo como un elemento básico. De aquí que como se explicó en esta tesis la tecnología que va implícita en el medio es de especial interés para el estudio de cualquier proceso. Ya sea que se estudie la producción de mensajes, la recepción de éstos, la relación del proceso mismo con la sociedad o la capacidad de interacción que la sociedad tiene en los procesos, es el medio de comunicación el determinante elemental que potencializa las posibilidades del proceso en su conjunto.

En este sentido, es necesario que una perspectiva tecnológica acompañe todos los estudios históricos que de la comunicación se han hecho, pues la manera misma en que las escuelas de la comunicación de principios del siglo pasado entendieron a la comunicación como proceso dependió en gran medida de los medios que la respaldaban. Asimismo, el factor geopolítico también es importante, pues invita a reflexionar sobre la influencia que tiene el contexto social, económico, cultural y jurídico que tiene una región en materia de comunicación en la agenda de temas que se establece para discutir la importancia de la misma en las sociedades actuales. En ese tenor, el estudio sobre cuestiones como la brecha digital no es el mismo en Australia o en México, en Estados Unidos o en Colombia, en Alemania o en Turquía.

La comunicación humana tiene niveles que van desde la comunicación interpersonal hasta la comunicación social: todos ellos son objetos susceptibles de estudio de las disciplinas sociales y humanas, pasando por la psicología, la sociología, la ciencia política, la economía, la filosofía e incluso el derecho. De interés jurídico no es sólo la confidencialidad de las comunicaciones privadas como cualquiera se imaginaría al pensar qué es lo que el Estado regula de la comunicación, sino precisamente la comunicación pública, pues es en la esfera pública –en la mediática– en donde existen una serie de interacciones y dinámicas que tienen un impacto directo en la sociedad.

La Internet es un medio de comunicación en el que algunos autores señalan que hay más que simple comunicación colectiva: “[explora] las vertientes de la comunicación interactiva” (Casas, 2004, p. 48). Justo en esa interacción se conciben las nuevas posibilidades de permitir que los usuarios sean no sólo receptores pasivos de informaciones fabricadas, sino también productores activos y usuarios de una red de informaciones dinámica que les permita acceder a la información y utilizarla con beneficios sociales.

Sin embargo, una breve revisión de todos los medios de comunicación, incluso de la escritura misma, revela que todos los medios han sido igualmente promisorios y amenazadores: “la escritura ha sido usada para decir mentiras, pero también verdades, para abusar y explotar,

pero también para educar, para hacer flojas a las mentes, pero también para dinamizarlas” (Robinson, 2003, p. 34). Ésta ha sido la historia de todas las tecnologías de los medios: ésta es ahora la historia que se da en la gran carretera de la información.

Todas las promesas de los medios de comunicación se fundamentan en que éstos se respaldan por la más avanzada (o más convergente) tecnología del tiempo en el que se convierten en el centro de las discusiones. Aroldo Rodríguez (2004, p. 114), reconocido psicólogo social latinoamericano, comenta que de acuerdo con McLuhan “el perfeccionamiento de los medios de comunicación condujo a la humanidad a una nueva dimensión cultural que [...] se caracteriza por ser acústica. La radio y la televisión pasaron a ser los principales medios de divulgación y penetración, a través de noticias e ideas capaces de provocar cambios de actitud”. En esta misma línea de ideas se podría afirmar que lo simplemente acústico e incluso lo visual ha sido sustituido por un paradigma integral de interactividad en la red de redes.

Si bien el paradigma general de estudios en comunicación ha brindado nuevas betas por explorar de la mano de las llamadas ciencias de la administración, entre las que podríamos mencionar a la comunicación intercultural, la comunicación internacional, las comunicaciones integrales de mercadotecnia, entre otras, la situación de países como México –delineada en esta tesis– demanda de especialistas en el campo de la comunicación pública con un compromiso social por construir escenarios que propicien un cambio social. De ahí que esta tesis aborde la importancia del trinomio comunicación-derecho-tecnología como motor de tal cambio.

Finalmente, como Cooley (citado por Lazar, 1995, p. 11) afirmó, hay “cuatro características que dieron mayor efectividad a los medios de comunicación de masas [:] la expresividad; el registro permanente; la rapidez, y la difusión o el acceso posible de toda la población”. Parece claro que la Internet garantiza las tres primeras, pero respecto de la cuarta es donde se sugiere que el Estado requiere completar el triángulo virtuoso propuesto por esta tesis. La comunicación y la tecnología ya están dadas; respecto del tercer elemento, el derecho, está también fortalecido

mediante instrumentos jurídicos universales que requieren de un mayor trabajo del Estado mexicano y de la sociedad civil en su conjunto para completar el trinomio del cambio social: comunicación-derecho-tecnología.

LISTA DE REFERENCIAS

- *Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos. Edición 2007, 2008*, INEGI, México
- Barr, Trevor, 2000, *newmedia.com.au*, Allen & Unwin, Australia
- Ballesta, Javier, 2001, *Los medios de comunicación en la sociedad actual*, Universidad de Murcia, Colombia
- Benassini, Claudia, 1986, *Introducción al Estudio de la Comunicación. Teorías de la Comunicación en Estados Unidos y en Europa*, Universidad Iberoamericana, México
- Briggs, Asa y Peter Burke, 2002, *A Social History of the Media: from Gutenberg to the Internet*, Polity, Inglaterra
- Calabrese, A. 2005, 'The MacBride Report: Its value to a new generation' , *Global Policy*, disponible en línea, <http://www.globalpolicy.org/empire/un/2005/macbride.htm>
- Carey, J. 1989, *Communication as Culture*, Routledge, Estados Unidos
- Castells, Manuel, 2001, 'Epilogue' en *The Hacker Ethic*, Himanen, P. ed. Random House Trade Paperbacks, Estados Unidos
- *Cátedra UNESCO de Comunicación Social 1994, 1995*, Serie de Comunicación y espacios culturales en América Latina, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

- Cebrián, Juan, 1998, *La red. Cómo cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación*, Taurus, España
- Chalmers, Alan, 2000, *¿Qué es esa cosa llamada ciencia?*, Siglo Veintiuno Editores, España
- Covi, Delia, 2004a, 'Aportes latinoamericanos al estudio de la comunicación' en *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004*, Martell, Lenin, ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México
- Covi, Delia, 2004b, 'Sociedad de la información y el conocimiento. Algunos deslindes imprescindibles' en *Sociedad de la información y el conocimiento. Entre lo falaz y lo posible*, Covi, Delia, ed. La Crujía, Argentina
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
- D'Arcy, John, 1983, 'An Ascending Progression' en *The Right to Communicate: A New Human Right*, Fisher, D. y L.S. Harms, ed. Boole Press, Irlanda
- Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano
- Desantes, José, 1974, *La información como derecho*, Editora Nacional, España
- Escobedo, Juan, 2002, 'Movilización de opinión pública en México. El caso del Grupo Oaxaca y de la Ley Federal de Acceso a la Información Pública', *Sala de Prensa*, disponible en línea, <http://www.saladeprensa.org/art417.htm>

- Esteinou, Javier, 2004, 'Hacia una sociedad con voz: el rescate del derecho de respuesta en México' en *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004*, Martell, Lenin, ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México
- Fisher, D. y L.S. Harms, 1983, 'Introduction' en *The Right to Communicate: A New Human Right*, Fisher, D. y L.S. Harms, ed. Boole Press, Irlanda
- Fiske, J. 1995, 'Medio/medios', en *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*, O'Sullivan, Tim et al. ed. Amorrortu, Argentina
- Flew, T. 2005, *New Media: an Introduction*, South Melbourne y Oxford University Press, Australia
- Foucault, Michel, 1996, 'Debates en las Ciencias Sociales de 1945 hasta el presente', en *Abrir las Ciencias Sociales*, Wallerstein, I. ed. Siglo XXI, Mexico
- Freund, G. 1976, *La fotografía como documento social*, Gustavo Gili. España
- Fuentes, Raúl, 2003, 'El campo académico de la comunicación en México: fundamentos de la postdisciplinariedad' en *Los estudios culturales en México*, Arce, Valenzuela, ed. CONCACULTA-Fondo de Cultura Económica, México
- Fuentes, Raúl, 2004, 'La documentación académica y la producción de conocimiento en Ciencias de la Comunicación' en *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004*, Martell, Lenin, ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México

- Galindo, Jesús, 1995, 'De la sociedad de la información a la comunidad de la comunicación', en *Cuadernos del Departamento de Comunicación del ITESO No.2*, ITESO, México
- Gallardo, Alejandro, 2002, *Curso de teorías de la comunicación*, Cromocolor, México
- Garza, Eduardo, 1994, *Comunicación en los valores*, Ediciones Coyoacán, México
- Gilbert, Gene y Robert Root, 1981, 'Una ética para periodistas' en *La prensa y la ética. Ensayo sobre la moral*, Merrill, John y Ralph Darney, ed. Editorial Universitaria de Buenos Aires, Argentina
- Goded, Jaime, 1985, *100 puntos sobre la comunicación de masas en México*, Juan Pablo Editor, México
- Gordon, George, 1981, 'Cómo se hace un consumidor' en *La prensa y la ética. Ensayo sobre la moral*, Merrill, John y Ralph Darney, ed. Editorial Universitaria de Buenos Aires, Argentina
- Gutiérrez, Fernando y Octavio Islas, 2003, 'Internet, utopía o panóptico de la sociedad de la información', en *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación X*. Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, México
- Halleck, Dianne, 2005, 'Many Voices, One World', *Media Alliance*, disponible en línea, <http://www.media-alliance.org/article.php?story=20031109003224251>
- Hartley, John, 2002, *Communication, Cultural and Media Studies. The Key Concepts*, Routledge, Inglaterra y Estados Unidos

- Hornby, A. S. 2000, *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, Oxford University Press, Inglaterra, CD
- Huerta, María, 2004, 'Análisis de la investigación académica sobre medios de comunicación realizada en México de 1994 a 2003' en *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación No. XI*, Russi, Bernardo, Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, México
- Hybels, Sandra *et al.*, 1979, *La Comunicación*, Logos Consorcio Editorial, México
- Jacobo, Humberto, 1999, *Las Organizaciones No Gubernamentales Mexicanas; una aproximación a su caracterización y naturaleza organizacional*, tesis de maestría en Estudios Organizacionales, UAM-Iztapalapa, México
- Kunczik, M. 1991, *Communication and Social Change. A Summary of Theories, Policies and Experiences for Media Practicioners in the Third World*, Fiedrich-Ebert-Stiftung, Alemania
- Lazar, Judith, 1995, *La Ciencia de la Comunicación*, Publicaciones Cruz, México
- Ley Federal de Radio y Televisión
- Loum, Ndiaga, 2004, 'Internet y regulación: la ética y la deontología prevalecen sobre el derecho' en *Sociedad de la Información y el conocimiento, entre lo falaz y lo posible*, Crovi, Delia, ed. La Crujía, Argentina
- Lovelock, C. *et al.* 2004, *Services Marketing. An Asia-Pacific and Australian perspective*, Pearson Prentice Hall, China

- Lozano, Carlos, 1996, *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, Pearson-Alhambra Mexicana, México
- MacBride, Sean, 1980, *Many Voices, One World*, UNESCO, Francia
- MacBride, Sean, 1983, 'The cause of Liberty' en *The Right to Communicate: A New Human Right*, Fisher, D. y L.S. Harms, ed. Boole Press, Irlanda
- Martell, Lenin, 2004, 'Introducción' en *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004*, Martell, Lenin, ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México
- Mattelart, Armand, 1997, *Historia de las Teorías de la Comunicación*, Paidós, España
- McAnany, E. 1986, 'Seminal Ideas in Latin American Critical Communication Research: An Agenda for the North' en *Communication and Latin American Society. Trends in Critical Research, 1960-1985*, R. Atwood y E. G. McAnany, ed. The University of Wisconsin Press, Estados Unidos
- McLuhan, Marshall, 1964, *Understanding Media*, Routledge, Inglaterra
- McLuhan, Marshall, 1967, *The Medium is the Message*, Hardwired, Estados Unidos
- Meikle, Graham, 2005, 'Apuntes de clase' de *Media Technologies and Society*, segundo semestre de 2005, Macquarie University, Australia
- Menéndez, Antonio, 1977, *Comunicación Social y Desarrollo*, UNAM, México

- Merino, José, 2003, 'Ética' en *Diccionario de las Ciencias de la Educación*. Santillana, México
- Merrill, John y Ralph Darney, 1981, 'Prefacio' en *La prensa y la ética. Ensayo sobre la moral*, Merrill, John y Ralph Darney, ed. Editorial Universitaria de Buenos Aires, Argentina
- Nagel, Ernest, 1974, *La Estructura de la Ciencia. Problemas de la lógica de la investigación científica*, Paidós, Argentina
- Nájera, Javier, 2003, *La intimidad y su protección en los datos personales operados en Internet*, tesis de maestría en Derecho, UNAM, México
- Nation Master, 2008, Users (per capita) (most recent) by country, disponible en línea, [http://www.nationmaster.com/graph/int_use_percap-internet-users-per-capitalInternet Statistics](http://www.nationmaster.com/graph/int_use_percap-internet-users-per-capitalInternetStatistics)>
- Nixon, Raymond, 1963, *Investigaciones sobre Comunicación Colectiva*, Ediciones CIESPAL, Ecuador
- Norris, P. 2004, 'The Bridging and Bonding Role of Online Communities' en *Society Online. The Internet in Context*, Howard, P. N. y S. Jones, ed. Sage Publications, India e Inglaterra
- O'Shaughnessy, M. y Stadler, J. 2002, *Media and Society*, Oxford University Press, Inglaterra
- O'Sullivan, Tim, 1995, 'Determinismo tecnológico', en *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*, O'Sullivan, Tim et al. ed. Amorrortu, Argentina

- Oliver, George, 1993, *La Ecología Humana*, Interciencia, Brasil
- Pérez, Gabriel, 2004, *Análisis crítico del sistema nacional e-México. La estrategia web del gobierno federal para la reducción de la brecha digital*, tesis de maestría en Ciencias de la Comunicación, UNAM, Mexico
- Postman, Neil, 1992, *Technopoly*, Vintage, Estados Unidos
- Sánchez, Roberto, 2004, 'La comunicación política' en *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004*, Martell, Lenin, ed. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México
- Schramm, Wilbur, 1964, *Proceso y Efectos de la Comunicación Colectiva*, Ediciones CIESPAL, Ecuador
- Schramm, Wilbur, 1967, 'Introducción' en *La Ciencia de la Comunicación Humana*, Schramm, Wilbur, ed. Ediciones CIESPAL, Ecuador
- Schwarz, C. y O Jaramillo, 1986, 'Hispanic American Critical Communication Research in its Historical Context' en *Communication and Latin American Society. Trends in Critical Research, 1960-1985*, Atwood, R. y E. G. McAnany, ed. The University of Wisconsin Press, Estados Unidos
- Sinclair, J. et al. 1996, *New Patterns in Global television*. Oxford University Press, Inglaterra
- Sohr, Raúl, 1998, *Historia y poder de la prensa*, Andrés Bello, España

- Tenorio, Guillermo, 1995, *Sociología de la Comunicación Colectiva. Fantasía o Realidad*, UNAM, México
- Tenorio, Guillermo, 2004, 'Apuntes de clase' de *Introducción a las Teorías de la Comunicación*, primer semestre de 2004, UNAM, México
- Toussaint, Florence, 2004, 'Los medios mexicanos en la red digital' en *Sociedad de la Información y el conocimiento, entre lo falaz y lo posible*, Covi, Delia, ed. La Crujía, Argentina
- Vasallo, María y Raúl Fuentes, 2002, 'Introducción' en *Comunicación. Campo y Objeto de Estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*, Vasallo, María y Raúl Fuentes, ed. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Universidad de Colima y Universidad de Guadalajara, México
- Villanueva, Ernesto, 2000, *Ética de la radio y la televisión. Reglas para una calidad de vida mediática*, Universidad Iberoamericana, México
- Wikipedia, the free encyclopedia, 2007, *Google Earth*, disponible en línea, http://en.wikipedia.org/wiki/Google_earth
- Wikipedia, the free encyclopedia, 2008, *Skype*, disponible en línea, <http://en.wikipedia.org/wiki/Skype>
- Williams, R. 2003, 'The Technology and the Society' en *The New Media Reader*, Wardrip-Fruin, N. y N. Montfort, ed. MIT Press, Inglaterra
- World Research Institute, 2008, Main telephone lines per 1000 people, disponible en línea,

http://earthtrends.wri.org/searchable_db/index.php?step=countries&cID%5B%5D=6&cID%5B%5D=26&cID%5B%5D=33&cID%5B%5D=80&cID%5B%5D=122&cID%5B%5D=135&cID%5B%5D=190&theme=10&variable_ID=556&action=select_years

- Yurén, Teresa, 1990, *Leyes, Teorías y Modelos*, Trillas, México

LISTA DE FUENTES

- Acosta, Miguel y Gabriela Galaviz, 1999, 'Chiapas y los derechos indígenas en cinco noticiarios de televisión', en *Revista Mexicana de Comunicación No. 58*, Fundación Manuel Buendía, México
- Alcántara, Enrique, 2000, 'Derecho de los medios electrónicos y de las nuevas tecnologías de información', en *Hacia un nuevo derecho de la información*, Villanueva, Ernesto, ed. Universidad Iberoamericana-Fundación Konrad Adenauer, México
- Barrios, Gabriela, 2000, 'Internet como un medio de comunicación interactivo', en *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México*, Comisión de RTC LVII Legislatura de la Cámara de Diputados / Fundación Konrad Adenauer / UNESCO / CONEICC / UIA / FELAFACS/ UAM / AMEDI, México
- Bonilla, Samuel, 2000, 'Hacia un consumo crítico de los medios de información y el establecimiento de derechos de los consumidores de información', en *Hacia un nuevo derecho de la información*, Villanueva, Ernesto, ed. Universidad Iberoamericana-Fundación Konrad Adenauer, México
- Camposeco, Miguel, 1979, 'Crónica para un análisis del Derecho a la Información', en *Cuadernos de Comunicación No. 43*, Comunicología Aplicada de México, México

- Cárdenas, Jaime, 1998, 'Órgano constitucional autónomo para los medios de comunicación en México', en *Revista Iberoamericana de Derecho de la Información No. 1*, Universidad Iberoamericana, México
- Carpizo, Jorge, 2000, 'Constitución e información', en *Hacia un nuevo derecho de la información*, Villanueva, Ernesto, ed. Universidad Iberoamericana-Fundación Konrad Adenauer, México
- Carpizo, Jorge y Miguel Carbonell, ed. 2000, *Derecho a la información y derechos humanos*, UNAM, México
- Carpizo, Jorge y Ernesto Villanueva, 2001, 'Crónica de los frustrados intentos reformistas', en *Revista Mexicana de Comunicación No. 68*, Fundación Manuel Buendía, México
- Carpizo, Jorge y Ernesto Villanueva, 2001, 'Derecho a la información en México: propuestas para su regulación', en *Revista Mexicana de Comunicación No. 68*, Fundación Manuel Buendía, México
- Carreño, José y Ernesto Villanueva, 1998, 'Derecho de la Información en México' en *Temas fundamentales de derecho de la información en Iberoamérica*, Carreño, José y Ernesto Villanueva, ed. Fragua / Universidad Iberoamericana, España
- Casares, Pablo, 1986, 'Investigación, docencia y autoritarismo', en *Cuadernos del TICOM No. 40*, UAM Xochimilco, México
- Castellanos, José, 1979, *El derecho a la información y las relaciones informativas*, Promesa, México

- Cid, Ileana, 1992, 'Introducción al Estudio de las Relaciones Internacionales' en *Lecturas básicas para introducción al estudio de las Relaciones Internacionales*, Cid, Ileana, ed. UNAM, México
- Collado, Mauricio, 2000, 'Derecho a la información y democracia', en *Hacia un nuevo derecho de la información*, Universidad Iberoamericana-Fundación Konrad Adenauer, México
- Corral, Javier, 2000, 'Medios de comunicación y transición política. Un enfoque desde la perspectiva del derecho a la información', en *Espacios de Comunicación No. 4*, Universidad Iberoamericana, México
- Covi, Delia, 1985, '¿Comunicación o Tecnología Educativa? Apuntes para una diferenciación', en *COSNET: La Tecnología Educativa*, COSNET/SEP, México
- Covi, Delia, 1988, 'Tecnología satelital: algunas experiencias significativas en educación', en *Tecnología y Comunicación Educativas Año 3 No. 11*, Instituto Latinoamericano para la Comunicación Educativa, México
- Cuadra, Héctor, 1986, 'Estudio preliminar sobre la teoría de las Relaciones Internacionales' en *Teoría general de las Relaciones Internacionales*, Burton, John, ed. UNAM, México
- Dorantes, Gerardo *at al.* 1980, *Prensa y Derecho a la Información*. Documentos. UNAM, México
- Escobedo, Juan, 2000, 'Cambio de régimen y libertad de información', en *Hacia un nuevo derecho de la información*, Villanueva, Ernesto, ed. Universidad Iberoamericana-Fundación Konrad Adenauer, México

- Escobedo, Juan, 2001, 'Derecho a la información pública: para qué y cómo', en *Revista Iberoamericana de Comunicación No. 1*, Universidad Iberoamericana: México
- Escobedo, Juan, 2001, 'Mitos, confusiones y realidades del derecho a la información', en *Revista Mexicana de Comunicación No. 70*, Fundación Manuel Buendía, México
- Escobedo, Juan y Guadalupe Martínez, 2001 'Información pública y cultura democrática: el caso de los temas ambientales', en *Revista Mexicana de Comunicación No. 69*, Fundación Manuel Buendía, México
- Espinosa, César, 1981, *Ideología y comunicación política*, Quinto Sol/SUNTU, México
- Esteinou, Javier, 1998, 'El derecho a la información y la democratización del Estado mexicano', en *Revista Iberoamericana de Derecho de la Información No. 2*, Universidad Iberoamericana, México
- Esteinou, Javier, 2000, 'El Estado mexicano y el derecho a la información ¿autorregulación o reglamentación de la comunicación?', en *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación VI*, Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, México
- Esteinou, Javier, 2000, 'La reforma del Estado y el derecho de la información en México: una deuda histórica del Estado con la sociedad', en *El derecho de la información en el marco de la reforma del estado en México*, Solís, Beatriz, ed. Comisión de RTC Cámara de Diputados LVII Legislatura/ Fundación Konrad Adenauer / UIA / UAM, México
- Fernández, Carlos, 'El encuentro de Marshall McLuhan con la tecnología', en *Revista Mexicana de Comunicación No. 21*, Fundación Manuel Buendía, México

- Fernández, Fátima, 1979, 'El derecho a la Información y los medios de difusión masiva', en *México Hoy*, Gonzalez y Florescano, ed. Siglo XXI, México
- Fernández, Fátima, 1981, 'Democracia y Derecho a la Información', en *Connotaciones No. 1*, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México
- Fuentes, Aquiles, 1983, 'Papel y medios impresos: desarrollo económico y derecho a la información', en *Cuadernos del TICOM No. 29*, UAM Xochimilco: México
- Fuentes, Raúl, 2000, 'La intersección entre comunicación y derecho' en *El derecho de la información en el marco de la reforma del estado en México*, Solís, Beatriz, ed. Comisión de RTC Cámara de Diputados LVII Legislatura/ Fundación Konrad Adenauer / UIA / UAM, México
- Gameros, Manuel, 1998, 'Derecho de la información y armonización internacional de regulaciones', en *Revista Iberoamericana de Derecho de la Información No. 2*, Universidad Iberoamericana: México
- González, Susana, 1999, *Manual de Redacción e Investigación Documental*, Trillas, México
- Gómez, Carmen, 1995, 'Arte, tecnología y sociedad. Transformación tecnológica y nueva sensibilidad', en *Diálogos de la Comunicación No. 41*, FELAFACS, Perú
- Gómez, Edgar y Alina García, 2000, 'Apuntes sobre el ciberespacio; una discusión pendiente sobre el acceso a la tecnología de información', en *Hacia un nuevo derecho de la información*, Villanueva, Ernesto, ed. Universidad Iberoamericana-Fundación Konrad Adenauer, México

- Gómez, Rogelio, 2000, 'El análisis cualitativo de la información electoral', en *Medios de comunicación y procesos electorales. Un compromiso para el futuro*, Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía H. Cámara de Diputados, México
- Guerrero, Manuel, 2003, 'Derechos de las audiencias y libertad de expresión en los medios de comunicación privados', en *Revista Iberoamericana de Comunicación No. 4*, Universidad Iberoamericana, México
- Gutiérrez, José, 1992, 'La reforma de los medios', en *Revista Mexicana de Comunicación No. 26*, Fundación Manuel Buendía, México
- Habermas, Jürgen, 1999, *Teoría de la Acción Comunicativa I*, Taurus, España
- Habermas, Jürgen, 1999, *Teoría de la Acción Comunicativa II*, Taurus, España
- Hernández, Barba y Edgar Villalpando, 1989, 'La comunicación pública de la ciencia y la tecnología', en *Renglones No. 7*, ITESO, México.
- Islas, Octavio y Fernando Gutiérrez, 2000, 'La política informativa del gobierno mexicano en la red de redes', en *Revista Mexicana de Comunicación No. 62*, Fundación Manuel Buendía, México
- Jakobson, Román, 1975, *Ensayos de Lingüística General. Lingüística y Poética*, Seix Barral, España
- Labastida, Horacio, 1979, 'Algunas reflexiones en torno al Derecho de la Información', en *Cuadernos de Comunicación No. 43*, Labastida, Horacio, ed. Comunicología Aplicada de México, México

- Ley de Imprenta
- Ley Federal de Acceso a la Información Pública
- Ley Federal de Cinematografía
- Ley Federal de Telecomunicaciones
- Ley Federal del Derecho de Autor
- Ley General de Salud
- Ley sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacionales
- López, Froylán, 2000, 'Concentración de medios y pluralismo', en *Derecho a la información y derechos humanos*, Carpizo, Jorge y Miguel Carbonell, ed. UNAM, México
- López, Froylán, 2000, 'El papel de los medios en el marco de la reforma política de México: análisis y propuestas', en *El derecho de la información en el marco de la reforma del estado en México*, Solís, Beatriz, ed. Comisión de RTC Cámara de Diputados LVII Legislatura/ Fundación Konrad Adenauer / UIA / UAM, México
- López, Sergio, 1997, 'Comunicación política y derecho a la información ¿hacia una relación virtuosa?', en *Comunicación política y transición democrática*, UAM Xochimilco, México
- López, Sergio, 2000, 'El derecho de la información como derecho fundamental', en *El derecho de la información en el marco de la reforma del estado en México*, Comisión de

RTC Cámara de Diputados LVII Legislatura/ Fundación Konrad Adenauer / UIA / UAM, México

- Luna, Issa, 2002, 'Regulación de contenidos de los medios: Big Brother, entre el derecho y la ética', en *Revista Iberoamericana de Comunicación No. 2*, Universidad Iberoamericana, México
- Márquez, Teresa, 2002, 'Etnografía de los discursos en el laboratorio: tecnología y presentaciones identitarias', en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas Vol. VIII, Época II, No. 16*, Programa Cultura Universidad de Colima, México
- Medina, Miguel, 2000, 'Hacia la conformación de un código de ética como un derecho de los medios de comunicación', en *Hacia un nuevo derecho de la información*, Villanueva, Ernesto, ed. Universidad Iberoamericana-Fundación Konrad Adenauer, México
- Meléndez, Jorge, 2000, 'Un límite a los principios legislativos', en *El derecho de la información en el marco de la reforma del estado en México*, Solís, Beatriz, ed. 2000, Comisión de RTC Cámara de Diputados LVII Legislatura/ Fundación Konrad Adenauer / UIA / UAM, México
- Muñoz, Marcia, 2000, '¿La vida en 'línea'?: un esbozo sobre el derecho de la comunicación telemática', en *Derecho a la información y derechos humanos*, Carpizo y Carbonell, ed. UNAM, México
- Quiroga, Humberto, 2000, Título : "La protección de la intimidad y la regulación del secreto", en *Derecho a la información y derechos humanos*, UNAM, México
- Reglamento de la Comunicación Vía Satélite

- Reglamento de la Industria de la Televisión por Cable
- Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión
- Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor
- Reglamento de la Ley General de Salud en materia de control sanitario de la publicidad
- Reglamento de Publicaciones y Revistas Periódicas
- Ríos, Juan, 2000, 'Libertad informática y su relación con el derecho a la información', en *Derecho a la información y derechos humanos*, Carpizo y Carbonell, ed. UNAM, México
- Robina, Soledad, 1989, 'Datos y tecnología: el uso de la información', en *Telos, cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad No. 19*, FUNDESCO, España
- Rodríguez, Cecilia, 1995, 'La cultura antidemocrática de los medios de comunicación', en *Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado*, Toussaint, Florence, ed. CIICH UNAM / La Jornada, México
- Sánchez, Enrique, 1990, 'Hegemonía y reformas preventivas. Reforma Política y Derecho a la Información 1977-1982', en *Comunicación y Sociedad No. 9*, CEIC Universidad de Guadalajara, México
- Sánchez, Enrique, 1992 'El derecho a la información en tiempos de desastre', en *Revista Mexicana de Comunicación No. 24*, Fundación Manuel Buendía, México

- Sánchez, María y Carmen Gómez, 1998, 'Avances tecnológicos, comunicación y juegos olímpicos en Atlanta 96', en *Espacios de Comunicación No. 3*, Universidad Iberoamericana, México
- Solís, Beatriz, 1982, 'Derecho a la Información', en *Connotaciones No. 2*, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México
- Solís, Beatriz, 1984, *Derecho a la Información*, UAM Azcapotzalco, México Laberinto No. 41
- Solís, Beatriz, 1997, 'La reforma de los medios: una moneda en el aire', en *Comunicación política y transición democrática*, Pardo, ed. UAM Xochimilco, México
- Solís, Beatriz, 2000, 'El derecho a la información y su vinculación social y universitaria', en *Hacia un nuevo derecho de la información*, Villanueva, Ernesto, ed. Universidad Iberoamericana-Fundación Konrad Adenauer, México
- Solís, Beatriz, ed. 2000, *El derecho de la información en el marco de la reforma del Estado en México*, Comisión de RTC Cámara de Diputados LVII Legislatura/ Konrad/ UIA /UAM, México
- Toussaint, Florence, ed. 1986, *Experiencias de la divulgación de tecnología y ciencia en México*, COSNET/SEP, México
- Trejo, Raúl, 1982, 'Los trabajadores y el Derecho a la Información', en *Connotaciones No. 3*, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México

- Velázquez, Israel, 2000, Para los medios ¿mercado, leyes o autorregulación', en *Hacia un nuevo derecho de la información*, en Villanueva, Ernesto, Universidad Iberoamericana-Fundación Konrad Adenauer, México
- Villanueva, Ernesto, ed. 1995, *Derecho y ética de la información. El largo sendero hacia la democracia en México*, Media Comunicación, México
- Villanueva, Ernesto, 1997, 'Reflexiones sobre el estudio del derecho de la información', en *Revista Mexicana de Comunicación No. 51*, Fundación Manuel Buendía, México
- Villanueva, Ernesto, 1998, 'Medios, partidos y democracia en México', en *Revista Mexicana de Comunicación No. 53*, Fundación Manuel Buendía, México
- Villanueva, Ernesto, 1998, 'El honor de las personas públicas y el ejercicio de las libertades de expresión e información: una aproximación desde el derecho comparado', en *Espacios de Comunicación No. 2*, Universidad Iberoamericana, México
- Villanueva, Ernesto, 1998, 'Medios, partidos y democracia en México: reflexiones a la luz del derecho comparado', en *Espacios de Comunicación No. 3*, Universidad Iberoamericana, México
- Villanueva, Ernesto, 1999, 'Derecho a la información y formación de la opinión pública', en *Revista Mexicana de Comunicación No. 59*, Fundación Manuel Buendía, México
- Villanueva, Ernesto, 1999, 'El acceso al ejercicio periodístico en el derecho comparado', en *Revista Mexicana de Comunicación No. 60*, Fundación Manuel Buendía, México
- Villanueva, Ernesto, 2000, 'Aproximaciones al derecho de la información en México', en *El derecho de la información en el marco de la reforma del estado en México*, Solís,

Beatriz, ed. Comisión de RTC Cámara de Diputados LVII Legislatura/ Fundación Konrad Adenauer / UIA / UAM: México

- Villanueva, Ernesto, 2000, 'Censura y derecho a la información', en *Revista Mexicana de Comunicación No. 61*, Fundación Manuel Buendía, México
- Villanueva, Ernesto, 2000, 'Derecho comparado internacional de la información', en *Comisión de RTC LVII Legislatura de la H. Cámara de Diputados. Legislación en Comunicación. Comisión de RTC LVII Legislatura de la Cámara de Diputados-ITESO-ITESM-UNIVA-U. de G.: México*
- Vizcaíno, Antonieta, 1986, *Una visión sobre la divulgación de la tecnología y la ciencia para niños*, COSNET/SEP, México
- Weber, Max, 1979, *Economía y Sociedad*, Fondo de Cultura Económica, México