

BIBLIOGRAFÍA

- AT&T Bell Laboratories; *Memorias del Seminario 1994 Bell Labs: "Una visión de las telecomunicaciones en el futuro cercano"*, México, D.F., sin pag.
- COLLINS, Richard; *Satellite Television in Western Europe*, John Libbey, Londres, 1992, págs. 13-16.
- FLICHY, Patrice; *Una historia de la comunicación moderna*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, España, 1993, págs. 186-193, 223-225.
- GÓMEZ MONT, Carmen; *El desafío de los nuevos medios de comunicación en México*, AMIC-Diana, México, D.F., 1992, pag. 122.
- HUNT, Todd y RUBEN, Brent D.; *Mass Communication: Producers and Consumers*, Harper Collins College Publishers, 1993, Nueva York, págs. 255-301.
- RATZKE, Dietrich; *Manual de los Nuevos Medios*, Ed. Gustavo Gili, México, D.F., 1986, págs. 96-107, 183-190.
- S/A, *World Communications, New Horizons, New Power, New Hope*, Le Monde Economique International Publications, 1983, págs. 18-19, 60-61.
- SCT, *Memoria 1988-1994*, octubre de 1994, México, D.F., págs. 192-195.
- TELECOMUNICACIONES DE MÉXICO; *Glosario básico de términos utilizados en las telecomunicaciones*, 1a. ed., SCT, México, págs. 259-260.
- WEINER, Richard; *Webster's New World Dictionary of Media and Communications*, Simon & Schuster, 1a. ed., Nueva York, EUA, 1990, pag. 483.

III

LOS OTROS ACTORES DE LA TV OTRA FORMA DE PENSAR A LA TELEVISIÓN DESDE LA POLÍTICA

María de la Luz Casas Pérez

INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente se ha venido investigando a la televisión en México desde su perspectiva estructural-funcional, es decir, desde su origen, su estructura de funcionamiento; su articulación con el poder, su condición de subordinación, sus intereses de expansión y —en el caso de la televisión comercial— su constitución como monopolio. El propósito del presente artículo es presentar la opción de mirar a la televisión mexicana desde otro ángulo, con la incertidumbre que da plantearse el fenómeno desde otra perspectiva, pero con la certidumbre que da el saber que el fenómeno ha cambiado; que hay nuevos elementos a analizar, que algunos han alterado su perspectiva y se presentan como más importantes que otros; que la televisión ya no tiene la misma dimensión que antes en la vida de los mexicanos; que hay que analizar su nueva participación en el escenario social; que hay que mirarla a veces con una óptica micro y a veces con una óptica macro, de tal suerte que hay que cambiar la lente con la que se mira, alterar el paradigma y plantearse que la televisión, hacia fin de siglo, está dando una nueva cara, se está retroalimentando de una tecnología que la ha alterado de manera abrupta, adaptándose con acciones específicas a las exigencias que le imprime una nueva dinámica social e internacional.

Las condiciones de cambio social en México, nuestra entrada al mercado internacional en un marco de globalización, la incorporación de nuevas tecnologías y otros panoramas, han obligado a que observemos el fenómeno de la televisión desde otras perspectivas: la televisión, como indica Ariana Vacchieri, se ha sofisticado y ha obligado a la crítica y a la teoría a complejizarse con ella¹. Vacchieri opina que hubo un tiempo en que la televisión era igual en todo el mundo y para todo el mundo: se le castigaba por transnacionalizar a la cultura, por no recono-

cer las especificidades culturales de los distintos países, pero en esencia se reconocía en ella el mismo fenómeno unificador. Hoy en día el discurso ya no es exclusivamente unificador, sino unificador-fragmentador en el sentido comercial y cultural del término, respondiendo a los mecanismos de la globalización, pero al mismo tiempo desarticulando a los grupos, en segmentos de mercado perfectamente establecidos que responden alegremente al desarrollo tecnológico, inscribiéndose en un esquema televisivo que ya no es lineal, sino que incorpora el video, el satélite, el cable, los videojuegos, la televisión de paga, etc., es decir, todas aquellas tecnologías y configuraciones tecnológicas que tuvieron a la televisión como soporte.

La dinámica en que se inscribe la nueva televisión mexicana responde a numerosos factores que van desde la reestructuración de los propietarios de los medios con la venta de la televisión estatal y su incorporación a las filas de la iniciativa privada y las nuevas alianzas entre los consorcios televisivos actuantes (Televisa, Televisión Azteca y Multivisión), la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, hasta la participación de la televisión mexicana ante los acontecimientos que han sacudido recientemente a la sociedad toda: Chiapas, el asesinato del candidato del PRI a la Presidencia de la República Luis Donaldo Colosio Murrieta, las elecciones presidenciales del 21 de agosto 1994, el asesinato del Secretario del CEN del PRI José Francisco Ruiz Massieu, entre otros.

Uno se pregunta cómo interpretar a la televisión hoy en día: si como un fenómeno que responde internamente a los mecanismos y a las presiones externas de la globalización de los mercados, a la recomposición de fuerzas políticas y económicas que afectan el escenario nacional, si como una industria tecnológica que pese a todo lo anterior avanza a sus propios ritmos y a sus propios tiempos, o simplemente como un artifice que se recompone atendiendo a cada uno de estos factores de manera simultánea. El nuevo paradigma debe incluir en un esquema dinámico la articulación de los diversos actores. Así con todo, la televisión responde de manera conveniente, con su capacidad de construir la realidad bajo la forma de imágenes a los requerimientos de una complejidad globalizada que promete "la objetividad misma del mundo" como diría Gianni Vattimo².

TELEVISIÓN Y GLOBALIZACIÓN

La televisión se ha erigido en el gran poder del conocimiento de fin de siglo. Las grandes instituciones ahora fincan su poder en ser organizaciones de conocimiento -y la televisión no escapa a ello-: transforma, acumula y redirige información para después responder a un entorno

complejo tomando como base de sus decisiones fragmentos de conocimiento sobre el mundo; así de hecho, la televisión pone en perspectiva a la realidad, que en esencia es caótica y la organiza. En este sentido, la televisión es la gran estructuradora de la realidad; los Estados-Nación recurren a ella para asegurar la transmisión del conocimiento sobre el mundo; pero en ocasiones, también dependen de la forma en que la realidad es presentada por parte de la gran red telemática y televisiva para su toma de decisiones.

Ahora bien, pese a la gran capacidad organizadora de la televisión en términos de información y de conocimiento sobre el mundo, las sociedades contemporáneas luchan en contra de la unificación. La cultura de la producción en serie, de los medios de comunicación, de la distribución de masas, de la educación en serie, todavía predomina. Por naturaleza, y quizá incluso como problema de origen, los medios de masas de la sociedad industrial eran antidemocráticos. Hoy los medios desafían a la democracia: son ellos los que dictan el calendario político³, o incluso como diría Chomsky, las políticas impuestas por este contexto internacional ya no se sujetan a ejercicios democráticos. Bien puede decirse que los medios de comunicación, y en particular la televisión, lo único que hacen es responder a una dinámica internacional, un enorme juego de poder que se lleva a cabo entre el capital privado y los gobiernos, extensamente vinculados entre sí que simplemente eliminan el proceso democrático⁴.

Como resulta evidente, estas prácticas responden al fenómeno de unificación-fragmentación característico de las sociedades contemporáneas. Los procesos de estandarización-globalización que traen por consecuencias las prácticas de la internacionalización de los mercados, se contraponen a los procesos de segmentación de los diferentes públicos y al avance tecnológico que podría facultar sociedades más democráticas y más participativas. Pese a la existencia de la tecnología sigue habiendo poco o nulo acceso a los medios de comunicación en general y en especial a la televisión; la presencia de una verdadera diversidad cultural y de pensamiento en los medios de comunicación; el acceso a las tecnologías de interacción y su implementación no únicamente para agilización de procesos de consumo, sino como base de auténticos procesos de participación, son indispensables para que los medios de comunicación y en especial la televisión cumplieren una función distinta de la que les impone la propia inercia globalizadora.

Desgraciadamente la presencia del fenómeno de unificación-fragmentación como un binomio compuesto por procesos vigentes pero contrapuestos no garantiza el equilibrio, y mucho menos en el caso de la televisión. La televisión como tecnología creadora de imágenes de estructuración del mundo, necesariamente se inclina por la primera parte del binomio. La capacidad tecnológica de fragmentación de la

audiencia que posee, está siendo y seguirá siendo utilizada para incrementar su capacidad comercializadora a través de la oferta de servicios como el pay-per-view o del telemercadeo.

TELEVISIÓN Y USOS CULTURALES

La televisión participa de la amplia gama de expresiones sociales que llamamos cultura. De hecho, la relación entre la televisión y cultura es simbiótica: se habla de que la televisión contribuye a través de sus manifestaciones a la cultura de un pueblo, pero también de que la televisión ha llegado a modificar incluso la estructura de pensamiento lógico-lineal que privilegiaba hasta hace poco el lenguaje escrito⁵ de la civilización occidental. En otras palabras, la televisión influye a la cultura, amén de que algunas manifestaciones culturales definitivamente son producto de la televisión.

El problema de la televisión y sus usos culturales se establece así justamente entre quienes tienen acceso a producir cultura y nuevamente entre las tensiones dinámicas de los procesos de unificación-fragmentación. Las mentes globalizadoras, estandarizadoras, son por definición unitarias; la diversidad, en cambio, por definición no encaja en un mundo de significados culturales generalizantes, por lo tanto, la diversidad tendría que ser parte de la fragmentación, pero una fragmentación que no lleve al aislamiento, sino a la participación.

En este sentido, son diversas las opiniones respecto de lo que podrá hacer la televisión; especialmente en una sociedad como la mexicana, en donde los mecanismos de participación política no han llegado a afinarse del todo. Toffler afirma que las nuevas tecnologías están estructurando un mundo televisivo único, en el cual la interactividad y el acceso diverso a distintas fuentes o canales de información facultará una sociedad más participativa y que esencialmente las capacidades de desarrollar la diversidad están aumentando en forma literalmente explosiva⁶ indica— corremos el grave peligro de caer en el efecto contrario al permitir que las nuevas posibilidades de interacción de la televisión, lejos de permitir la participación se conviertan en nuevas formas de manipulación de la cultura. Otros, como López Veneroni indican que los medios, y en ellos incluimos a la televisión nunca ofrecerán al pueblo lo que el pueblo no pide, esto es, que sería necesario acceder a lo que podría llamarse una "cultura informativa inteligente" es decir, una en que los direrentes sectores de una formación social determinada supieran y pudieran discriminar los mejores contenidos dentro de una amplio espectro de ofertas informativas de un medio antes que poderle exigir a este algún tipo de apertura o posibilidades de participación⁷.

La cultura desde luego se concibe como una de las primeras y auténticas manifestaciones del ser humano, no obstante, como expresión distintiva de un pueblo, se encuentra muy ligada al nacimiento de los Estados-Nación, relacionada con las tecnologías de producción y con la creación de la riqueza. En ese sentido, las culturas nacionales se encuentran relacionadas con los conceptos de soberanía, independencia y con toda una mitología que faculta la actuación comunitaria. Dicho modelo viene a ser alterado en la era de la tecnología de las comunicaciones y de la globalización, abortando los procesos de integración y reconocimiento comunitario por los de estandarización y culturización nacionales. Es así que de pronto los medios de comunicación, y en especial la televisión, se convierten en poderosos instrumentos de identificación, nacional con el Estado-Nacional y posteriormente con la comunidad internacional globalizada. De tal suerte, la televisión en sus usos culturales es bipolar: por un lado sirve a los intereses unificadores de la cultura nacional y por otra promueve las tendencias de la ola generalizadora de los mercados internacionales del consumo. El discurso puede parecer anacrónico y gastado: hablar de la interrelación de las economías o de la dependencia de la cultura nacional de las fuerzas del capital trasnacional, pertenece a la retórica del análisis de los medios que data de los setentas; sin embargo, querer defender la autonomía de las estructuras informativas nacionales frente a economías de bloque y de libre intercambio, suena también quijotesco; de hecho, las propias estructuras privadas reconocen que la política económica ha dejado de determinarla el gobierno de cada país y que son las grandes corporaciones las que hacen las decisiones para solucionar los problemas⁸.

Es cierto que los espacios democráticos ganados a través de la historia de los conflictos sociales poco o nada han tenido que ver con la estructura prevaleciente de los medios de comunicación; pero también es cierto que dichos procesos responden a las continuas tensiones y fragmentaciones entre los espacios de unificación-fragmentación que dejan libres los flujos informativos predominantes.

Todos, incluso los mismos Estados nacionales reconocen el peligro y la contradicción al afirmar que el mundo se hace cada vez más interdependiente e interrelacionado, que la globalización de los mercados nos conduce hacia una economía mundial y una mayor interacción de los países, marcada por un acelerado desarrollo tecnológico, sobre todo en los medios de comunicación; que esa interacción favorece una poderosa corriente homogeneizadora y que el surgimiento de una suerte de sociedad internacional ha facilitado la comunicación pero amenaza la diversidad y particularidad de las culturas⁹. Así, los propios gobiernos buscan en la acción de los medios de comunicación una garantía para la unificación nacional en tiempos de crisis.

En el mundo hay una pluralidad de manifestaciones que acusan los efectos negativos de la globalización: por un lado, la irremediable verdad de que la tensión entre la unificación y la fragmentación no conduce al equilibrio sino al reclamo generalizado por parte de comunidades y pueblos enteros, que pugnan por su derecho a la participación política y cultural y por otro, los movimientos generalizados que favorecen la estandarización a través de la creación de ídolos y modas culturales.

Nadie puede negar, vistos los acontecimientos de Chiapas y la proposición 187 contraria a los intereses de inmigrantes mexicanos en los Estados Unidos, que se han desatado fuerzas incontrollables: fundamentalismos y tradicionalismos excluyentes, conflictos interétnicos, xenofobias y tendencias aislacionistas que conducen a la intolerancia... Dentro y fuera de México, hemos sido incapaces de aceptar la diversidad, y no podría ser de otra manera cuando los medios de comunicación y en especial la televisión se mantienen aislados y ajenos a toda real y verdadera participación popular. Por un lado, se reconoce a los medios su capacidad de integración nacional y por el otro, se acepta que no están siendo suficientemente utilizados como vehículos de auténtica expresión cultural.

En materia de política cultural, el Estado mexicano reconoce el tremendo potencial de la televisión; no obstante ha dejado prácticamente libre a la televisión comercial con toda la posibilidad de desarrollarse ampliamente, tanto en el ámbito tecnológico como comercial, limitándose a garantizar los usos culturales de la televisión a partir de su participación en el ámbito del Canal 22, el canal de los intelectuales y delegando en otras instancias como el canal del Instituto Politécnico Nacional, a los esfuerzos de producción de TVUNAM la producción cultural en México o, en todo caso, a los canales regionales que poco pueden hacer por competir con una fórmula televisiva fundamentalmente urbana. Su participación es entonces ambigua; por un lado otorgando plenas libertades a la iniciativa privada, y por otro proveyendo de recursos limitados a los organismos públicos de la televisión. La fórmula ha sido ensayada en innumerables ocasiones sin que se haya logrado probarla: a veces haciendo competencia a la televisión comercial, a veces trabajando colateralmente y sin estorbarla, pero tampoco sin ofrecer opciones reales, el caso es que a últimas fechas, el Estado ha optado por dejar el papel protagónico de la televisión a la iniciativa privada.

En nuestro país, cuando el Estado incursiona en el medio lo hace sobre la base de que es el gobierno quien lo abre, mantiene y administra. En ese sentido todos los gobiernos surgieron y se han mantenido a la vera del gobierno y sin control alguno por parte de la comunidad. La legislación misma excluye del otorgamiento de concesiones a la socie-

dad civil, a la que ni siquiera se le toma parecer antes de decidir. Incluso el Poder legislativo, órgano en donde cabe mayor pluralidad, se encuentra al margen. El Poder Ejecutivo es quien se encarga de seleccionar de entre los solicitantes de concesiones a los merecedores de las mismas. El resultado es que, a lo largo de más de treinta años de vigencia de la ley actual, las concesiones han pasado mayoritariamente a manos de empresas lucrativas o de instancias gubernamentales¹⁰. Tal es el caso por ejemplo de la venta del paquete de medios incluyendo lo que era la red nacional 7 y la red nacional 13 con la que el Estado posibilitó la participación privada en Televisión Azteca, y las diversas concesiones en términos técnicos y de cobertura que el Estado ha facilitado al otro consorcio privado Multivisión.

Así, en México, el Estado ha dejado a la cultura relegada en los modelos de desarrollo. Hemos visto cambios en materia tecnológica, pero los valores y los contenidos han permanecido estáticos desde hace muchos años¹¹. La situación sigue siendo vigente, ya que mientras el Estado se empeña en tratar de utilizar a la televisión aérea o la televisión por cable para sus propósitos de difusión de la cultura, la iniciativa privada descubre nuevas formas técnicas para llegar a las pantallas de los hogares nacionales con contenidos más atractivos, pero sobre todo, más acordes con las perspectivas de los mercados globales.

Ahora bien, si hemos de hablar de los otros usos culturales de la televisión y de los nuevos actores sociales dentro del esquema televisivo, tenemos que mencionar el caso de *Televerdad*, emisora planeada para televisión, que por lo pronto se encuentra operando en radio y que pretende ser un verdadero esfuerzo de la sociedad civil por conquistar un espacio en los medios y por encontrar mecanismos de auténtica participación democrática y expresión cultural. En todo caso, aunque a la fecha ya tenga repetidoras, *Televerdad* es simplemente la manifestación política-cultural de un grupo dentro de un espacio urbano, el de la gran ciudad capital de México; sin embargo, la pluralidad regional y la heterogeneidad étnica de las diversas regiones de nuestro país, complican aún más la posibilidad de utilizar los esquemas de la televisión mexicana actual para fines de expresión cultural popular.

Evidentemente los mecanismos para la expresión popular a través de la televisión están escasos pero no ausentes, anunciando así que la sociedad civil puede y de hecho debería convertirse en otro de los nuevos actores de la televisión mexicana. Nuevamente, sin embargo, ello sólo puede nacer de la acción conjunta de los actores sociales, del modo en que sistematizan su experiencia colectiva-individual—su historia y su presente—y del modo en que la representan discursivamente, simbólicamente¹².

LOS OTROS ACTORES DE LA TELEVISIÓN MEXICANA

En el panorama actual de la televisión en México se ha presentado una recomposición de los actores tradicionales: gobierno, medios y sociedad civil. El gobierno ha hecho todo lo posible por dejar en manos de la iniciativa privada la operación de la televisión comercial y controlar al máximo, a través de la Red Nacional de Radiomonitorio (RNR)¹⁴, cualquier otra emisión que intente hacer usos no autorizados del medio; por su parte la televisión privada se ha prestado al juego de la apertura democrática incluyendo más programas de crítica y de comentarios buscando esencialmente apoyar los esfuerzos democratizadores del gobierno, pero en esencia limitando cualquier participación real por parte de la sociedad civil; y por lo que respecta a ésta última, ésta no ha tenido mucho que decir excepto a través de manifestaciones aisladas que ocasionalmente reportan otros medios, pero nunca la televisión. En todo caso, el discurso y la retórica del acceso a la información, la apertura y la globalización, han opacado cualquier intento serio por tener acceso a la televisión.

Ahora bien, existen esfuerzos importantes por parte del Estado con el propósito de culminar la apertura de México hacia el exterior, y ello incluye una mayor oferta de material televisivo. Si bien el porcentaje de mexicanos que tienen acceso a otras tecnologías de imagen como la televisión por cable y las antenas parabólicas es relativamente pequeño todavía¹⁵, el gobierno mexicano ha iniciado acciones tendientes a favorecer el que la iniciativa privada ubicada en este sector se dedique más a incrementar esta actividad y se ocupa menos de mejorar el servicio de televisión aérea. Así por ejemplo, el 7 de octubre de 1994, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes puso en órbita el satélite Solidaridad II, del cual se utilizarán 35 canales de televisión que enlazan a 500 estaciones de televisión aérea y a 120 sistemas de televisión por cable. La Secretaría de Comunicaciones y Transportes reconoce que en el sector de la televisión por cable existen 138 sistemas concesionados y 56 ampliaciones, lo cual significó un crecimiento de aproximadamente 14% nada más en el sexenio del Presidente Salinas. En televisión restringida se han otorgado 9 concesiones, cuatro de ellas ya en operación además de que se otorgaron concesiones para dos canales de televisión de alta definición para la Ciudad de México¹⁶.

La iniciativa privada se ha estado moviendo de manera estratégica en el negocio de la televisión: logrando un número mayor de concesiones cada vez y también aprovechando las ventajas que ofrece la reciente puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio de América del Norte en el sentido de facultar hasta el 49% de inversión en el sector de telecomunicaciones, especialmente en el ámbito de la televisión por cable. En ese sentido, y también en el de la televisión aérea, se han

estado realizando una serie de alianzas estratégicas como la llevada a cabo entre la NBC y Televisión Azteca, (formalizada en mayo y concretada en julio de 1994), y la llevada a cabo por CBS y Multivisión unos días más tarde; o como las pruebas que ha estado llevando a cabo Televisión Azteca para dar servicios codificados para televisión interactiva, o bien como la solicitud por parte de Multivisión para prestar servicio público de televisión restringida por satélite en la República mexicana¹⁷.

La respuesta no se hizo esperar. Por su parte, Televisa reaccionó firmando un convenio de participación con el American Discovery Channel y buscando una alianza estratégica con la compañía telefónica AT&T, misma que se dio en noviembre de 1994 a través del Grupo Alfa. Esto último muy probablemente le garantizará al consorcio televisivo el acceso a redes telefónicas susceptibles de transportar la señal de televisión interactiva.

Así, los caciques de la televisión en México saben que el negocio de la televisión puede dar mucho, mucho más de lo que sus posibilidades técnicas originalmente previeron.

El propósito fundamental de todos los grupos privados insertos en el negocio de la televisión en México, es el de lograr el establecimiento de alianzas con televisoras extranjeras que le brinden apoyo a nivel de programación y tecnología; amén de lograr zonas de influencia comercial y de operar como puente para América Latina. De este modo, el panorama de la televisión se modifica, incorporando nuevos actores que escapan de la escena nacional. No es ya el problema del acceso de la televisión para los mexicanos, es el resultado de los procesos de unificación-fragmentación, en donde desde luego la unificación se enlaza con intereses a nivel internacional.

No obstante todo lo anterior, es menester aclarar que éstos no son los únicos actores en el escenario de la televisión mexicana. Existen también organismos no políticos y otros no gubernamentales que pugnan por definir lo que esperan del espectro televisivo. Hace tiempo ya, por ejemplo, que los partidos políticos han clamado apertura por parte de los medios de comunicación¹⁸, especialmente de la televisión, situación que se vio acentuada durante la reciente campaña electoral para elecciones presidenciales en agosto de 1994. El resultado fue una apertura de ficción, misma que en los hechos apareció como no equitativa. Por otra parte, organizaciones populares, campesinas y grupos de intelectuales han hecho oír su voz con respecto al estado que guarda el panorama de la televisión, entre ellas el grupo Comunicación Plural y Canal 6 de julio entre otros¹⁹. El problema es que su actuación no ha pasado de la simple denuncia. Desafortunadamente existen otros actores de más línea que se han encargado de bloquear la presión de la sociedad civil en el sentido de lograr modificaciones estructurales al sistema de televisión vigente en la actualidad.

Uno de esos actores fundamentales que pugna por mantener el *status quo* es la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión, quien consideró cualquier modificación a la legislación vigente y a la iniciativa del entonces Secretario de Gobernación Jorge Carpizo de que se establezca la figura del *ombudsman* para la comunicación, una intromisión a la libertad de expresión²⁰.

Otros grupos como los intelectuales, los artistas los creadores, los productores independientes, se han convertido en importantes piezas para el esquema de la televisión en México; desafortunadamente, no todos ellos tienen el acceso debido a la televisión. Solamente quienes han adquirido algún tipo de fama internacional, o han sido: "acreditados" dentro de las filas de la élite cultural nacional obtienen espacios dentro de la televisión.

A este respecto, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA) como otro de los actores importantes en la escena de la comunicación y la cultura en México, ha respondido apoyando a los creadores a través del Sistema Nacional de Creadores (SNC) y del las modernas instalaciones del Centro Nacional de las Artes inaugurado en las postrimerías del sexenio del Presidente Salinas²¹. Mucho se ha criticado el papel del SNC en relación al apoyo al desarrollo de la cultura, parte que desde luego se destinaría no enteramente a la producción alternativa de televisión.

De tal forma, la televisión sigue estando alimentada mayoritariamente por la producción privada; articulando diversos intereses; proponiendo esquemas de consumo para diferentes sectores de la población; interpretando vivencias cotidianas y dando coherencia a los acontecimientos caóticos en los que se desenvuelve la compleja realidad social.

CONCLUSIONES

El nuevo esquema de la televisión mexicana opera desde espacios fundamentalmente urbanos, en el marco de una economía internacionalizada, frente a diversidades culturales que se enfrentan a tendencias homogeneizadoras. Su estructura de funcionamiento no depende tanto de los actores tradicionales de la comunicación: medios, gobierno y sociedad civil, sino que comienza a incorporar nuevos agentes que establecen su acción desde las condiciones de su propia organización, y desde escenarios no solamente nacionales sino internacionales. La dinámica de la acción la establecen no únicamente los actores primarios sino los secundarios, y en ese sentido, los actores originales han comenzado a redefinir su papel para dar lugar a la presentación alternada de agentes que pugnan por establecer las dimensiones de su participación.

Frente a un esquema así planteado, los agentes sociales se definen por fuerzas, como actores en el escenario, que tienen que enfrentarse por un lado a su propio destino, y por otro reaccionar ante nuevas situaciones pero luchando por conservar las características que les imprime su papel. Dichas fuerzas, a nivel global, se explican por los fenómenos de unificación-fragmentación que dan origen a actores o agentes que, de acuerdo a su función esencial, pudiéramos denominar controladores, es decir, gobierno y medios de comunicación, frente a otros que debido a su función pudiéramos llamar liberadores, es decir, grupos sociales y comunitarios diversos dentro de la sociedad civil.

Es evidente que México se ha transformado de manera notable a últimas fechas. Los cambios nacionales a nivel político, económico y social, aunados a las grandes transformaciones globalizadoras de las economías a nivel internacional han modificado el orden, la fuerza y la dirección de las interacciones de los actores. Ello no invalida desde luego, que como en toda relación, los actores entren en conflicto unos con otros, establezcan alianzas o bien desarrollen la más conveniente de las estrategias. El campo de la comunicación y especialmente el de la televisión, no es la excepción; por el contrario, en los medios de comunicación y muy particularmente en la televisión afloran tanto las relaciones simbólicas como las informativas de las distintas fuerzas sociales; es en la televisión en donde mayormente se evidencian los agentes sociales que se encuentran dirigiendo, operando y controlando las fuerzas de la transformación; el problema es que de la misma manera que en un caleidoscopio, algunas logran ampliar su reflejo mucho más que otras. Habría que preguntarse si, al depender de nuevos actores en la escena nacional e internacional, la misma televisión mexicana no habrá de ser víctima de las fuerzas de unificación-fragmentación que pugnan por desarticular al esquema actual de su operación y distribución.

BIBLIOGRAFÍA

- Carson, Jim y David Brooks. "Chomsky: la política pasa por un aislamiento tecnocrático. El proceso democrático eliminado, dice. Mercados libres para los pobres y protección estatal para ricos", en: *La Jornada*. 6 de noviembre de 1994.
- López Veneroni, Felipe. "La democracia no es un espejo electrónico", en: Suplemento de Política de *El Nacional*. 14 de noviembre de 1994.
- Paglia, Camille y Neil Postman. "La televisión vs. el libro. Conversación con Camille Paglia y Neil Postman", en: *Intermedios*, No. 8. Octubre de 1993.
- Toffler, Alvin y Edgar Morin. "Poder y conocimiento: de la revancha del pasado a la crisis del futuro", en: Suplemento especial *La Jornada* y *World Media Network*. *La Jornada*. 13 de junio de 1994.
- Tovar y de Teresa, Rafael. *Modernización y política cultural*. Fondo de Cultura Económica. México, 1994.

Toussaint, Florence (coordinadora). *¿Televisión pública en México?*. CONACULTA. México, 1993.

Vacchieri, Ariana. *El medio es la TV*. La Marca. Argentina, 1992.

Vattimo, Gianni. *La sociedad transparente*. Editorial Paidós. Barcelona, 1990.

¹ Ariana Vacchieri. "Tele que me hiciste mal..." en: Ariana Vacchieri, (compiladora). *El medio es la TV*. La Marca. Argentina, 1992, p. 6.

² Gianni Vattimo. *La sociedad transparente*. Editorial Paidós, Barcelona, 1990.

³ Alvin Toffler y Edgar Morin. "Poder y conocimiento: de la revancha del pasado, a la crisis del futuro". en: Suplemento especial La Jornada y World Media Network. *La Jornada*. 13 de junio de 1994., pp. 4-6.

⁴ Noam Chomsky. en: Jim Carson y David Brooks, coresponsales. "Chomsky: la política pasa por un aislamiento tecnocrático. El proceso democrático, eliminado, dice. Mercados libres para los pobres y protección estatal para ricos". en: *La Jornada*. 6 de noviembre de 1994., p. 54.

⁵ Camille Paglia y Neil Postman. "La televisión vs. el libro. Conversación entre Camille Paglia y Neil Postman". en: *Intermedios*. No. 8. Octubre de 1993., (tomado de *Harper's Magazine*; traducción de Lligany Lomeli).

⁶ Alvin Toffler. Opus. Cit.

⁷ Felipe López Veneroni. "La democracia no es un espejo electrónico", en: Suplemento de Política de *El Nacional*, 14 de noviembre de 1994. pp. II y III.

⁸ Declaración de empresarios en la Reunión de Cancún en: *El Financiero*. Octubre 9 de 1993., p. 20.

⁹ Rafael Tovar y de Teresa. *Modernización y política cultural*. Fondo de Cultura Económica. México., 1994.

¹⁰ Florence Toussaint Alcaráz, (coordinadora). *¿Televisión pública en México?*. CONACULTA. México, 1993., p. 11.

¹¹ Florence Toussaint Alcaráz. Opus. Cit., p. 12.

¹² Emisorá que en uno de los cruces formado por las Avenidas Reforma e Insurgentes de la ciudad de México y con cinco watts de potencia en la frecuencia de 89.1 de la banda de FM, inicia operaciones el 10 de septiembre de 1994.

¹³ Felipe López Veneroni. Opus. Cit.

¹⁴ La Red Nacional de Radiomonitorio comenzó a operar en abril de 1994 con el propósito de detectar y localizar casi inmediatamente, en cualquier punto del país, las fuentes emisoras de señales de telecomunicación no autorizadas. Su justificación en la práctica cotidiana es la de normar la emisión de señales utilizadas por la industria, el comercio, los servicios médicos, educativos, el transporte, etc., a través de todo el espectro radioeléctrico por microondas, fibras ópticas y satélites, en frecuencias tanto de VHF (Very High Frequency) como de UHF (Ultra High Frequency) en un rango desde 10 KHz hasta 18 GHz. Ver por ejemplo: *La Jornada*. 29 de abril de 1994., pp. 1 y 18.

¹⁵ Según datos de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, el sistema de televisión por cable se ha desarrollado de manera considerable en los últimos cinco años: Entre 1988 y 1993 el número de sistemas creció poco más de 42% para ubicarse en 118 y de suscriptores en más del 165% sumando más de un millón. Ello sin tomar en cuenta los sistemas de televisión directa o Pago por Evento. Lo anterior sigue siendo poco si se le compara con la televisión abierta, cuyo sistema se divide básicamente en cuatro: las repetidoras de los canales 2, 5, 7 y 13 sin contar las que se encuentran permisionadas a los gobiernos estatales. Los estados de la República más poblados son los que cuentan con mayor número de televidentes, siendo los más importantes el Estado de México con 9.5 millones; el Distrito Federal con 7.9 millo-

nes y Veracruz con 6 millones, que combinados representan el 30% del teleauditorio nacional de la televisión aérea o abierta. Ver: *Medio comunicación*. Número 8. septiembre de 1994.

¹⁶ Declaraciones del Secretario de Comunicaciones y Transportes Emilio Gamboa Patrón en enero de 1994, en las cuales reconoció que en ese año se invertirían 50,000 millones de nuevos pesos en el sector comunicaciones. En: *El Universal*. 19 de enero de 1994., pp. 1 y 10.

¹⁷ La mayoría de estos movimientos estratégicos se han dado entre 1993 y 1994, justo al finalizar el gobierno del Presidente Carlos Salinas de Gortari.

¹⁸ Oscar Camacho Guzmán. "Critican legisladores de oposición la falta de equidad en medios electrónicos. Denuncia el panista Juan de Dios Castro la asignación ilícita de dos concesiones más a Televisa" en: *La Jornada*. 1 de septiembre de 1994., p. 11.

¹⁹ Sonia Morales. "Se organiza el descontento: "¡Basta de Televisa!"", en: *La Jornada*. 7 de febrero de 1994., p. 21.

²⁰ Roberto González Amador. "Rechaza la CRT reformas que limiten su libertad de expresión" en: *La Jornada*. 27 de septiembre de 1994., pp. 1 y 52.

²¹ Renato Ravelo. "El CNA será inaugurado por el presidente Salinas el día 25. Un fideicomiso transexenal lo administrará." en: *La Jornada*. 7 de octubre de 1994., p. 27.