

## CAPÍTULO 7

### DISCUSIÓN FINAL

La evidencia empírica recuperada por medio de este estudio muestra las transformaciones que la configuración de la comunicación pública ha sufrido en Aguascalientes, como resultado de los movimientos de transición a la democracia presentes en México durante la última década del siglo XX y primera del XXI. Dicha evidencia contiene los siguientes hallazgos concatenados y descritos en el capítulo precedente:

- Un distanciamiento abrupto entre el poder político y el poder mediático acompañando a la alternancia partidista en Aguascalientes debido a la suspensión temporal de la publicidad gubernamental que durante el periodo de la subordinación funcionó como instrumento de control y corrupción.
- Un simultáneo debilitamiento relativo del poder político (con la pérdida del control sobre la representación periodística de la realidad) y del poder mediático (al mostrar su fragilidad para sobrevivir como sector económico autónomo).
- El posterior empoderamiento de los empresarios mediáticos (tanto de prensa, radio y televisión) debido a la presencia de cierto nivel de libertad periodística que les ha permitido negociar bajo nuevos términos la inversión estatal en materia de difusión gubernamental.

- La celebración de convenios de publicidad gubernamental como instrumento de la renovación del pacto de apoyo entre gobierno y empresarios mediáticos, pero ahora construido sobre una lógica mercantil, sofisticando el mecanismo de control ya existente fincado sobre la publicidad oficial al dotar de nuevos significados a esas prácticas a través de un revestimiento de contratos profesionales de difusión institucional.
- La modificación en las relaciones establecidas entre cuatro categorías de actores que participan en el periodismo político: periodistas, empresarios de medios, políticos y funcionarios y comunicadores institucionales.
- La emergencia de actores y tendencias que empujan al cambio mediante la apertura del espacio público-mediático.

Por lo que se puede señalar que la hipótesis general de este trabajo, la existencia de un cambio en la configuración de la comunicación pública en Aguascalientes debido a las transformaciones políticas y económicas en México, ha quedado demostrada. El sustento empírico establece modificaciones en las relaciones entre las cuatro categorías de actores analizadas a partir del cambio de las estructuras generales de participación pública derivadas del proceso de democratización y de la liberalización de los mercados. La evidencia empírica también muestra la necesidad de ampliar la mirada más allá del periodismo político para poner atención a las actividades de la subpolítica como un mecanismo importante que influye sobre la re-configuración de la comunicación pública en México.

Con la finalidad de profundizar reflexivamente estas constataciones planteo las siguientes preguntas como guías para construir una discusión de cierre: los hallazgos empíricos, ¿qué elementos de interpretación ofrecen respecto a la comprensión del ejercicio del periodismo

político en Aguascalientes que merezca ser rescatado para un entendimiento de la diversidad del periodismo mexicano? ¿qué dicen respecto a la manera en la que se configura la comunicación pública en México? ¿cómo condensan los cambios políticos y económicos por los que atraviesa el país y la región? ¿qué aportan sobre el entendimiento de las dinámicas de instauración de lo público en la actualidad? Estas cuestiones intentan establecer un recorrido de retorno que conecte los hallazgos con una teorización sobre la comunicación pública y, como fondo de la misma, el ejercicio de la democracia en las sociedades de transición.

### Los rasgos del periodismo mexicano en Aguascalientes

En Aguascalientes, los datos recuperados dan cuenta del mantenimiento del oficialismo —un rasgo distintivo del periodismo mexicano durante el siglo XX— en la medida en la que se concretan los convenios de publicidad con las instancias gubernamentales. En la escala local, la independencia editorial derivada del retiro de la subvención oficial durante la primera etapa del cambio partidista en el gobierno ha servido como instrumento de presión para la adquisición de convenios publicitarios, mismos que han restablecido el flujo de la inversión financiera gubernamental hacia la difusión mediática. Pero en la medida en la que un determinado nivel de crítica coadyuva en el mantenimiento de la audiencia y en la tensión que favorece a las negociaciones de la publicidad es que permanecen presentes espacios de crítica de manera simultánea. Esto ayuda para que, a la par de la información oficial, existan espacios (aunque todavía reducidos) para la incorporación de otros actores y temas paulatinamente en el espacio público-mediático.

Ante la tendencia general en el ámbito local hacia el mantenimiento del oficialismo a través de los convenios, el contraste que establece la presencia del corresponsal del Grupo

Reforma no hace sino corroborar la ausencia de espacios mediáticos más independientes y asentados más firmemente sobre el mercado comercial privado para evadir el mecanismo de dichos convenios y su dinámica de relaciones. Considerando el concepto de configuración social, la independencia de un medio de comunicación como Reforma no puede ser considerada de manera absoluta sino en términos relacionales. En otros contextos urbanos del mismo México, y frente a otro tipo de interlocutores, el periodismo de Reforma puede evidenciar rasgos y significados distintos. En la configuración que corresponde a la comunicación pública de Aguascalientes, ante la regularidad de los medios informativos dóciles respecto a las acciones de gobierno, las características de Reforma aparecen, a la vista de los sujetos de esta investigación, como un conjunto de prácticas periodísticas hacia las cuales se debe aspirar, pero sin poder alcanzarlas —al menos por el momento— debido a las determinaciones de las empresas locales y sus relaciones con los poderes institucionales.

Esto no quiere decir que para los sujetos el ámbito local esté caracterizado exclusivamente por la tendencia al oficialismo basado en la publicidad gubernamental y el nacional —en donde se ubican Reforma y otras empresas informativas— por la independencia periodística. En la franja que coloca a estos dos puntos en los extremos —el oficialismo y la independencia comercial y política— hay puntos intermedios en los que se mueven, tanto a nivel nacional como local, proyectos periodísticos con distinta adscripción a una y otra tendencia. A nivel local el caso del periodista Rodolfo Franco y su programa Comentando la Noticia, aunque finalmente fue censurado —se presume— por órdenes gubernamentales, constituyó durante dos años un espacio sumamente crítico al gobierno, al tiempo que comercialmente independiente y exitoso. Mientras que la presión ejercida a partir del tratamiento desfavorable de la Feria de San Marcos por la televisora TV Azteca con ánimo de negociar la publicidad del gobierno de Aguascalientes, es también una muestra del oficialismo restablecido por los convenios de publicidad gubernamental.

De estas experiencias se puede deducir que esta tendencia atraviesa por los círculos concéntricos de configuraciones de la comunicación pública que conectan lo local con lo regional y nacional.

En el ámbito local, los contenidos periodísticos se negocian mediante los convenios de publicidad porque el periodismo consiste en un espacio de participación en donde los dispositivos mediáticos otorgan la visibilidad necesaria para constituir puntos de referencia respecto a las acciones de otros, quienes también actúan mediáticamente. El acceso al espacio periodístico es resguardado por los actores mediáticos (periodistas y empresarios de los medios) y se gestiona por diversas vías que van desde el aprovechamiento de la cobertura periodística en calidad de fuentes informativas reconocidas (rutinas de recopilación de información de los periodistas) a determinadas estrategias como la comercialización.

En esa medida, dentro de una caracterización del periodismo en México, su manifestación en Aguascalientes se presenta como un ejercicio desarrollado en un contexto de poca participación comercial de actores privados, quizás como reflejo de las crisis económicas sufridas por las empresas locales lo que limita la inversión publicitaria, situación que retorna la base del financiamiento del periodismo al gasto público. A esto se suma una sociedad poco diversificada a juzgar por la mínima expresión de organizaciones ciudadanas en el espacio público-mediático, situación que podría ser al mismo tiempo causa y efecto (una especie de círculo vicioso) de las pocas aperturas que la negociación de la publicidad gubernamental deja libres para la incorporación a dicho espacio de nuevos actores y temas públicos.

Desde una perspectiva que implica a la configuración de la comunicación pública en la formulación de prácticas democráticas avanzadas a partir de la deliberación pública, elemento sustancial en su conceptualización, la reflexión sobre los mecanismos que obstaculizan la apertura del espacio periodístico y con ello algunos aspectos del cambio democrático, podrían mostrar uno de los rasgos de las sociedades en transición democrática. Es decir, hay una

conurrencia de las fuerzas políticas que lleva a los actores gubernamentales a saturar el espacio mediático como una manera de promocionarse ante el conjunto de ciudadanos-electores como parte de los procedimientos de la democracia liberal. Pero esta misma situación vulnera aspectos más profundos de la democracia misma, su carácter sustancial, al limitar la diversificación de temas y actores en las noticias y, por ende, a limitar las fuentes por medio de las cuales los ciudadanos se informan y pueden llegar a participar en la deliberación pública.

### El periodismo en la configuración de la comunicación pública en México

Los vínculos de la información con el tiempo, el territorio y la política, han establecido la periodicidad como tiempo autónomo para la producción del acontecer público, la circunscripción para la cobertura noticiosa y el carácter de espacio público vinculado con la misión de vigilancia de lo político, como se discute en el segundo capítulo. Estas condiciones han dado como resultado que el periodismo de asuntos políticos tenga preponderancia en su valoración social y académica por encima de otras orientaciones (científico, deportivo, de espectáculos, de arte, de interés humano, etc.).

En Aguascalientes, los medios periodísticos organizan la presentación de sus contenidos dando énfasis a los asuntos políticos. El conjunto de prácticas orientadas a informar sobre la política local y su círculo de influencia se generaliza con el apelativo de *periodismo local* (De León, 2003), dando la impresión que todo el acontecer que reviste la suficiente importancia para ser informado en la ciudad está contenido en este sesgo.

El periodismo político, que desde la teoría se presenta como un espacio estrecho en la totalidad de las prácticas que conforman a la comunicación pública, en la configuración particular de Aguascalientes parece sintetizar o reflejar las estrategias principales de adquisición y

administración de la visibilidad por parte de los actores políticos. En un contexto de poca diversificación de los espacios públicos y de bajo acceso a las redes tecnológicas, los medios de comunicación generalistas o de masas parecen mantenerse como espacios privilegiados de la visibilidad pública.

Por otro lado, lo local y lo nacional no constituyen territorios autónomos entre sí. La segmentación puede servir como una estrategia analítica pero es necesario restablecer a través de la reflexión el *continuum* que permite instalar la práctica del periodismo en Aguascalientes en el conjunto del periodismo mexicano, y más aún, el ejercicio del periodismo dentro del conjunto de prácticas que conforman la configuración de la comunicación pública. El análisis de los datos obtenidos me permite esa reflexión en tres dimensiones.

En primer lugar, la alternancia partidista ha sido el rostro más visible de cambios estructurales en el sistema político mexicano, mismos que incluyen la presencia de un periodismo más libre de ataduras en relación con el pasado reciente, cuando estuvo sometido a vigorosos mecanismos de control por parte del poder gubernamental, específicamente del Ejecutivo. Esa mayor libertad, también incluye el reconocimiento de que los medios de comunicación deben ser, en su mayoría, empresas privadas y, por lo tanto, supuestamente independientes, en concordancia con la tendencia global de incorporar el modelo liberal de periodismo.

En segundo lugar, y de manera contradictoria, los mecanismos de control de la etapa de la subordinación parecen no haber sido desmantelados en Aguascalientes con el acceso de los medios a mayor libertad e independencia del Estado, sino que a través de los canales ya construidos de relación entre los medios y el gobierno se establecieron formas derivadas de contacto y de acceso a los medios. Los empresarios mediáticos han fundado sus proyectos económicos sobre la derrama que otorga el gasto gubernamental en materia de difusión hacia los medios noticiosos. La libertad de prensa —o mejor dicho, la libertad de empresa periodística—

de finales del siglo XX y principios del XXI, parece expresarse en Aguascalientes en un marco de participación mediática en el que es posible generar presiones utilizando diversas estrategias (la negociación directa o el golpeteo mediático, entre otras) para evitar perder esa derrama y, de ser posible, incrementarla. De tal manera que la relación entre los medios y los políticos ha transitado de la subordinación a los negocios, sin apartarse demasiado de los caminos construidos en épocas anteriores, aunque recorridos ahora con significados sustancialmente distintos y una distribución del poder también distinta que coloca a los empresarios de los medios en una posición más favorable frente al gobierno para efectuar la negociación con fines netamente lucrativos.

En tercer lugar, la capacidad de gasto del gobierno en Aguascalientes, no pudiendo ser igualada por ninguna otra instancia o sector de la localidad, garantiza su presencia mayoritaria y la posibilidad de definir la orientación y el sentido de las noticias y, con ello, de la agenda pública. En Aguascalientes, ante la ausencia de una normatividad que la regule, la inversión estatal sobre los medios se ejerce con la finalidad de influir en su contenido a través de la organización de la agenda mediática, generando medios constituidos en forma de propiedad privada pero recibiendo fuertes inversiones publicitarias de parte del gobierno, debilitando así su posibilidad de convertirse en una esfera pública autónoma. Esta situación no implica la inexistencia de publicidad comercial en los medios, simplemente la publicidad gubernamental es significativamente mayor tanto por su frecuencia como por los montos de inversión.

Así pues, el acceso al espacio público-mediático se expresa, principalmente, como un bien comercializable. Ello coloca gran parte de la capacidad de la deliberación pública en el terreno del mercado y constituye un movimiento de privatización de lo público. Este aspecto, a pesar de su expresión novedosa en los convenios de publicidad gubernamental, no constituye en realidad una novedad en la discusión teórica sobre la industria mediática. Las teorías de la economía política de la comunicación consideran el análisis de “de la estructura de propiedad y de control

de los medios de comunicación, así como la manera en que operan las fuerzas de los mercados mediáticos. Desde este punto de vista conviene considerar la institución mediática como una parte del sistema económico estrechamente vinculada al sistema político” (McQuail, 2001, p. 140).

Se ha encontrado que existe una tendencia dominante que impone la concentración de la propiedad de los medios en manos de un número pequeño de compañías (Biagi, 1999; Sánchez Ruiz, 2001; Wasko, 2004; Demers, 2005), situación que cierra la participación del sector a otros actores emergentes. En México, al cruzarse con la regulación del Estado en materia de comunicación, que se traduce en férreo control, se establece una serie de influencias que se añade a las relaciones generadas entre los actores políticos y los mediáticos, principalmente en los ámbitos de la radio y la televisión.

En Aguascalientes, la comercialización es una tendencia que cada vez se observa más fortalecida, pero no constituye una situación totalizante, pues a pesar de que lo público-mediático no es un espacio abierto, tampoco es monolítico. Existen otros actores que no se insertan en la dinámica de la comercialización del espacio periodístico y generan estrategias funcionales para recibir la cobertura mediática, como las organizaciones de la sociedad civil y de instancias distintas al gobierno, así como las acciones espectaculares protagonizadas por sujetos fuera del margen normalizado como el caso de la violencia exacerbada en la ciudad ejercida por la delincuencia organizada.

Por otro lado, el periodismo y el ámbito de lo público-mediático no deben verse como datos dados, estructuras sobre las que los sujetos realizan su acción. Son, sobre todo, procesos que se construyen todos los días a partir de prácticas institucionalizadas, por lo tanto, recurrentes e historizadas. Las prácticas que orientan esa construcción son prácticas profesionales, pues el enlace que representan los periodistas y los comunicadores institucionales como poseedores de

saberes específicos y actores con una función social determinada es el elemento articulador fundamental de su constitución.

Esto implica que la participación en el ámbito de lo público-mediático exige niveles de especialización. La profesionalización del periodismo constituye un rasgo del modelo liberal de los sistemas mediáticos (Hallin & Mancini, 2004). Los periodistas y los comunicadores institucionales son mediadores necesarios en la construcción de narraciones del acontecer y en su interpretación con sentido noticioso.

### La comunicación pública y el cambio político-económico en México

La discusión teórica sobre la comunicación pública plantea dos rasgos fundantes de la misma: la comunicación mediática y la comunicación política. En el centro del concepto, estos elementos se ponen en juego en un contexto de democracia avanzada en donde a cada sujeto le corresponde el derecho de la visibilidad pública porque cada uno representa un voto y, por lo tanto, una opinión válida en los órdenes de la vida social que integran el conjunto de los debates públicos, operando una orientación deliberativa sobre esos debates. Esto implica una horizontalidad para que los diversos actores del espacio público ampliado (el Estado, los medios, las instituciones públicas y privadas, la sociedad civil organizada y los ciudadanos de a pie) mantengan una igualdad de oportunidades en la difusión, la recepción y la reacción de y hacia los mensajes construidos en el proceso (Demers & Lavigne, 2007).

Conceptualmente, la comunicación pública constituye una serie de dinámicas y prácticas (la energía) que da vida a la interacción dentro del espacio público físico (las calles, las plazas, los edificios, los medios como dispositivos tecnológicos) en función de la riqueza de infraestructura y diversidad de actores públicos al interior de la sociedad. En este proceso, la

comunicación mediática es importante porque sus plataformas tecnológicas permiten la distribución necesaria de los símbolos y la visibilidad de los sujetos (individuales y colectivos). La paulatina aparición de canales de comunicación novedosos, como los ligados a las nuevas tecnologías de comunicación e información actúa, sin embargo, como una tendencia que desplaza la centralidad del espacio mediático en los procesos de la comunicación pública. Pero aún bajo esta tendencia, el espacio mediático permanece como el ámbito desde donde puede ser posible la acción deliberativa en las sociedades contemporáneas gracias a su capacidad de propagación de mensajes para alcanzar grandes sectores de audiencias.

En México, durante el régimen del PRI, el esquema de subordinación al gobierno que dominaba en las relaciones entre los medios de comunicación y el poder político tenía canceladas las rutas para instalar mecanismos de deliberación en donde se hiciera válido el ejercicio ampliado de la comunicación política de otorgamiento de voz a cada ciudadano (si no en términos reales por las limitaciones de los canales de comunicación en contraste con el universo poblacional, por lo menos en términos potenciales como derecho a ser ejercido), en horizontalidad con los demás actores del espacio público para los debates correspondientes.

El cambio político evidenciado en la alternancia de partidos en el poder, junto al cambio económico experimentado por la liberalización y apertura de los mercados, han traído consecuencias en la nueva conformación del espacio público-mediático, lo que acarrea cambios en la configuración de la comunicación pública. Los datos de Aguascalientes permiten observar, entre el sector mediático y el Estado, una tendencia hacia su separación política. Esto representaría una garantía de apertura de la deliberación, al desanclarse la actividad periodística de la represión gubernamental, lo que pudo haber abierto el espacio público-mediático para la incorporación de más actores que a su vez ampliarían el espectro del debate hacia otros temas, lo que Demers (2000) define como periodismo funcional. En ciertos escenarios del país, como la

Ciudad de México, la diversidad de actores sociales, políticos y mediáticos da la impresión de actuar como una fuerza generadora que acelera el proceso en esa dirección, frente a la inercia del oficialismo periodístico.

Pero en Aguascalientes, las inercias del autoritarismo político se han abierto paso mediante la adaptación de nuevas reglas de convivencia entre el gobierno y los medios. Los operadores mediáticos del gobierno, entre ellos los relacionistas, han establecido acciones para limitar los cambios de la separación entre el sector periodístico y el gobierno e impedido la apertura franca del espacio público-mediático a nuevos actores y temas, que puedan poner entredichos a la interpretación oficial del acontecer público. La separación política queda así relativizada a partir de la negociación comercial: del boletín de prensa de gacetilla se transita al publlirreportaje. La mercantilización del espacio periodístico actúa como una acción de freno respecto al cambio y restituye los espacios y privilegios de representación periodística a la clase gobernante, así como los mecanismos de acumulación económica a la cúpula mediática.

Entonces, ¿cómo se condensan los cambios políticos y económicos de México en los cambios de la configuración de la comunicación pública en Aguascalientes? Se condensan en la adaptación, que no adopción, del modelo liberal de operación de los medios bajo los siguientes criterios:

- Existe una valoración de la actividad mediática primordialmente como una actividad empresarial, lo que relativiza la reflexión sobre la responsabilidad social de los medios de comunicación en la conformación de opinión pública a partir de sus contenidos. Esa responsabilidad es trasladada al plano moral, en lugar del plano político, enfatizando el argumento de la autorregulación de los medios de comunicación como mecanismo para otorgar pertinencia a los contenidos que difunden en lugar de construir normas jurídicas

que establezcan claramente los ámbitos de acción. Tal aspecto se relaciona con la ideología liberal que apuesta por la mayor libertad privada y la menor regulación restrictiva de esa libertad, aquí traducida a términos económicos (libertad de empresa).

- Con la valoración empresarial prioritaria de la actividad mediática se valida asimismo la comercialización del espacio periodístico; se hace más patente entonces una hibridación entre el periodismo y la publicidad (que en sentido estricto publicidad y periodismo se han acompañado desde su fundación, cfr. Moumouni, 2005). La representación del periodismo como un espacio noble de vigilancia del acontecer público muta hacia la idea de un recurso comercialmente explotable. Ello implica a todo el proceso de producción noticiosa que conecta rutinas de recopilación y tratamiento de la información, establecimiento de criterios de valoración de los acontecimientos y relaciones (económicas y políticas) de los medios con el Estado y otros sectores.
- Colocado el aspecto económico como centro de la actividad periodística, los nuevos actores gubernamentales —es decir, los políticos de la alternancia— aceptan y estimulan que la participación en el espacio periodístico quede establecida a partir de la inversión monetaria.
- Las relaciones públicas como forma profesional de acceso a los medios (en general y no sólo a los espacios periodísticos), constituye un rasgo que pone de relieve la valoración de las lógicas empresariales por encima de las políticas en las nuevas relaciones entre los medios y el gobierno.
- Considerándose el periodismo como un recurso para explotarse comercialmente, los actores que no ejercen gasto de difusión son colocados en un segundo plano de

visibilidad. Como he insistido, esto limita la ampliación del espacio público-mediático por la relegación de nuevos actores y temas.

No obstante la tendencia a este esquema de relaciones, la separación política de medios y gobierno ha quedado instalada. A pesar de los esfuerzos por mantener el control de la representación mediática hay aspectos que actúan como fuerza de tensión para abrir el espacio público-mediático e incorporar otros actores, temas e interpretaciones del acontecer público. Por ejemplo la diversificación de los polos de poder en la que el gobernante ha dejado de ser el cacique mientras el poder político se distribuye (como en el caso del conflicto por la bursatilización del ISN), la incorporación en la estructura de instituciones que limitan el autoritarismo y abren la deliberación como los institutos de transparencia o las comisiones de derechos humanos (de éstas últimas queda constancia en los datos empíricos del seguimiento del caso del periodista radiofónico cesado) así como las actividades de la sociedad civil y las organizaciones delictivas, entre otras.

Debido a esa situación, a pesar de que se dé preponderancia en los medios periodísticos locales a las actividades de la política institucional debido al nuevo oficialismo periodístico asentado sobre los convenios de publicidad gubernamental, estos mismos medios funcionan como ventanas que permiten observar la llegada de nuevos actores y temas a la ciudad.

### Dinámicas de instauración de lo público

Como fue establecido desde la argumentación teórica, el periodismo de asuntos políticos es una práctica (entre una diversidad de ellas) de la comunicación pública. En ese sentido, representa un

aspecto limitado del ámbito de lo público que, pese a no agotarlo, ofrece elementos que contribuyen a caracterizarlo.

De la adaptación del modelo liberal para la operación de los medios de comunicación se pueden deducir dos movimientos principales por los que se construye lo público en la región centro-norte del México contemporáneo, donde se ubica Aguascalientes: a) una tendencia hacia la supremacía de lo privado por medio de la privatización de lo público; b) unido a lo anterior se favorece la exclusión de actores sin capacidad de negociar financieramente su participación en el espacio periodístico.

En primer lugar, la inversión económica como forma principal de participación en el espacio público-mediático podría conectarse con un estado dominante de actividad de los actores que se movilizan desde la tendencia hacia la privatización de lo público. El proceso globalizador puesto en marcha a partir de la caída del bloque socialista enfatiza una ideología geopolítica vinculada a dos aspectos directamente relacionados con este trabajo: la democracia como el mejor de los sistemas políticos conocidos y el capitalismo como sistema de producción económica ligado a ella. Hallin & Mancini (2004) sostienen que ese pensamiento se ubica en la base de la tendencia mundial de adoptar el modelo liberal como el estilo correcto de la operación del sistema mediático.

En un efecto de refracción entre los círculos concéntricos que establecen el *continuum* de lo local-nacional-global, esta ideología se reproduce en los distintos niveles de los procesos por los cuales el ámbito de lo público se establece. La profesionalización (y por lo tanto ubicación en el mercado laboral) de las actividades de acceso a los espacios públicos en la forma de las relaciones públicas —con expertos que las ejecutan— forman parte de esa lógica. Lo mismo las operaciones mercantiles que orientan la celebración de los convenios de publicidad

gubernamental, con la especificidad de la falta de regulación suficiente en México que exagera su práctica y otorga hegemonía a los actores del Estado.

Debido a esa carencia, las circunstancias de México contrastan con lo observado en los países desarrollados. Un ejemplo de ese contraste: al iniciar el periodo presidencial de Barack Obama al frente de la nación estadounidense y como secuelas de la crisis financiera aparecida antes del término de la administración de George W. Bush, varias empresas periodísticas norteamericanas como *Boston Globe*, *The New York Times*, *Washington Post* y *Miami Herald*, presentaron graves problemas financieros a causa de la recesión en el mercado publicitario. Uno de ellos, el *Boston Globe*, se declaró en franca quiebra y con riesgo de desaparecer. Sin embargo, el gobierno negó una intervención financiera directa sobre estas empresas, al igual que con otros sectores como el automotriz, por lo que las empresas periodísticas tuvieron que recurrir a estrategias típicas de cualquier sector empresarial: recorte de personal, reconversión de sus procesos de producción<sup>1</sup> e incluso considerar el cierre.

Los medios mexicanos, que tradicionalmente no dependen del mercado publicitario privado para subsistir, sino de la inversión estatal, sobreviven a la crisis ejerciendo presión para obligar a los distintos niveles de gobierno a incrementar el gasto en difusión. Históricamente, los medios mexicanos han desaparecido sólo cuando se les retira la publicidad gubernamental.

La falta de normas jurídicas que regulen la inversión gubernamental en los medios ha sido resultado del pragmatismo con el que actúan los políticos para no perder el beneficio del buen tratamiento mediático de su imagen pública (retomando la tesis de Gutiérrez, 2005). En este escenario resulta sorprendente el consenso de partidos en el Poder Legislativo Federal para la aprobación de reformas, en el año 2007, que eliminaron los millonarios gastos en campañas de

---

<sup>1</sup> Entre los que destacan la integración entre secciones para reducir el volumen de impresión o mudarse a una edición virtual en Internet.

medios durante los procesos electorales al ordenar que la única forma de promoción en radio y televisión sería a partir de los tiempos oficiales que por ley esos medios deben otorgar al Estado. Este episodio sí representó un movimiento de intervención directa sobre el sector, pero no para apoyarlo, sino para establecer medidas restrictivas evitando el gasto exorbitado y limitando la ganancia de los empresarios de radio y televisión sobre los recursos públicos.

El segundo inciso anunciado se presenta como una tendencia general de la exclusión de los asuntos políticos. Es decir, la presencia dominante de Estado y su ámbito de acción (el sistema de partidos y la política institucional) en la participación de lo público-mediático, frente a la pobre participación de los actores de la sociedad civil, revela la distinción entre gobernantes y gobernados como un rasgo importante de las relaciones en el espacio público de esta región mexicana. Los gobernados, excluidos del ejercicio político por alusión a la representatividad de las autoridades elegidas establecen principalmente su participación en lo público desde la esfera de la labor y el trabajo, siguiendo el modelo de la *vita activa* de Arendt (2005), ante las pocas posibilidades de incorporarse a la deliberación pública —al menos en el espacio mediático.

La Liga de la Leche, como otras organizaciones que llegan a tener una presencia coyuntural y fugaz (por lo regular) en el periodismo local, no establecen una deliberación con los actores estatales en términos del ejercicio del poder, a diferencia de lo que sucede en otros lugares con otras organizaciones (como la Asamblea Popular de Pueblos de Oaxaca o la Asociación de Defensa de la Tierra en San Salvador Atenco, Estado de México, por citar algunos ejemplos que contrastan por su combatividad y presencia pública). Su participación se da en otro tipo de términos, ligados a acciones fundamentales para la supervivencia biológica desde el cuidado privado. Una situación similar ocurre con los movimientos ecologistas o los que denuncian la falta de seguridad pública. De manera que el escenario de la política se mantiene

ocupado principalmente por el Estado y el sistema de partidos, de donde los ciudadanos comunes quedan excluidos.

### De la comunicación pública a la democracia deliberativa

La posibilidad de un marco democrático para la deliberación que ofrezca a todos los sujetos participantes de la comunicación pública la misma oportunidad para discutir y alimentar los asuntos de interés colectivo es una configuración deseable de acuerdo con las discusiones teóricas (horizontalidad). Sin embargo, los analistas que participan en esas discusiones se desmarcan de orientaciones normativas que estipulan un *deber ser*, para enfatizar la dimensión empírica en la que inscriben su tarea intelectual. Aún así, la alusión al concepto de esfera pública de Habermas (2006) es obligada, aunque sea para diferenciarse de sus planteamientos (veáse Demers & Lavigne, 2007).

Por el contrario, considero que la calificación del contexto que enmarca las prácticas de comunicación pública en su elaboración conceptual (como el uso del término “democracia avanzada”) implica la consideración de aspectos normativos para evaluar el contexto y establecer así elementos que posibilitan sugerir el avance o retroceso de la tarea deliberativa:

La “vigilancia” de la actividad mediática, lo mismo que la observación y el análisis de los contenidos de los medios de comunicación, se vuelven cada vez más indispensables en la democracia del tercer tipo, que apareció al final del siglo xx, cuando Quebec, Canadá y todos los países entraron en la globalización y en la posmodernidad. Las sociedades desarrolladas dieron nacimiento a una concepción avanzada de la democracia, régimen

político que se convirtió en el único legítimo después de la caída del bloque soviético.  
(Demers & Lavigne, 2007, p. 76)

Considerar al contexto canadiense, donde nace esta perspectiva teórica, como una sociedad desarrollada, y al mexicano como una sociedad en transición, es el resultado de una evaluación en cuyo fondo se encuentra un ideal por alcanzar, que se contrasta con contextos menos o más democráticos de acuerdo con la manera en la que es posible acceder a la deliberación pública o quedar excluido de ella.

Si bien la propuesta del espacio público habermasiano es colocado como contrapunto del concepto de comunicación pública en tanto que este segundo no pretende dar un rumbo de mejoramiento sociopolítico sino explicar lo que realmente sucede, la lejanía de la configuración de horizontalidad deseable evidenciada en este trabajo para la sociedad aguascalentense, y mexicana en general, lleva a pensar en la necesidad de establecer un vínculo con un planteamiento de nivel ético que coloque el acento en el desarrollo de esa horizontalidad ausente, o lo que es lo mismo, la precaria calidad de nuestra democracia.

La discusión planteada por Habermas (2005, 2006) en los últimos años señala a la política deliberativa como una alternativa que integra aspectos de las dos doctrinas que se disputan la fundación de la democracia, aparentemente opuestas, el liberalismo (la defensa de los derechos individuales y las libertades privadas) y el republicanismo (la defensa de la soberanía popular por encima de los intereses privados). El centro de la propuesta es la comunicación pública. Pero una comunicación pública que utilice los canales formales e informales ya establecidos de la comunicación política para atender el mejor argumento en la discusión de los asuntos públicos. Que establezca las condiciones formales para la elaboración de discursos racionales en la formación de opinión pública.

Desde la perspectiva señalada por Habermas (2005), y en la que se inscriben otros analistas (Bohman & Rehg, 1997; Chambers & Costain, 2000; Thompson, 2003), se pondera una comunicación pública que cuente con una base social autónoma que le permita distanciarse de la tendencia absorbadora del Estado así como del mercado. Lo cual significaría una garantía de inclusión en la construcción y desarrollo de las sociedades democráticas contemporáneas.

Mantener el diálogo desde la investigación empírica —sin renunciar a la explicación e interpretación de la realidad— con planteamientos de tipo ético-normativos como el de la política deliberativa y no renunciar a él otorga, me parece, un sentido de función no sólo científica sino social a la investigación sobre la comunicación pública. No pretender mejorar el mundo con el simple hecho de la realización de investigaciones, pero sí contribuir a alimentar los debates académicos que plantean cómo podemos vivir mejor juntos.

Si bien en este trabajo no existe un diálogo explícito más amplio con ese tipo de planteamientos normativos, la evaluación de la calidad de democracia, espacios públicos y comunicación pública posible a partir de los datos arrojados deja ver la necesidad de establecer el análisis de los criterios de desarrollo. Por el momento, este asunto queda solamente apuntado como parte de la agenda posible de reflexión académica a partir de esta experiencia de investigación.

### Hacia una agenda de investigación

Tradicionalmente, los estudios sobre periodismo se han realizado desde un enfoque mediacentrista, es decir, estableciendo como centro de la argumentación la actividad realizada por los medios de comunicación en tanto mediaciones tecno-institucionales para explicar los procesos de producción, circulación y recepción de los mensajes.

Lo contradictorio es que el periodismo constituye un proceso social complejo que no se relaciona únicamente con los medios de comunicación, aunque tenga ahí su territorio de adscripción. Es necesario generar estudios que permitan entender las relaciones del periodismo con procesos sociales más amplios como los de la construcción de la socialidad, la cultura, la política y la economía en las sociedades contemporáneas.

Por lo tanto, propongo que la construcción de objetos de estudio respecto al periodismo no se delimiten en función de las prácticas periodísticas en sí, sino a través de marcos de pensamiento que restituyan en el análisis la complejidad real del periodismo y permitan transitar de los medios como centro de atención a la observación de configuraciones sociales en donde los medios y sus actores establecen relaciones de interdependencia con otros sujetos y estructuras.

La pertinencia de aproximaciones con esas características radica en mantener la observación dentro del flujo continuo de la vida social. De esta manera, el periodismo encuentra otras definiciones más allá de constituir una práctica profesional enmarcada por la actividad mediática; conserva esa especificidad, pero además aparece su actividad relacional que ayuda a entender motivaciones y prácticas individuales conectadas con procesos sociales y determinaciones y habilitaciones estructurales que ofrecen un marco más adecuado de interpretación y comprensión.

En este caso, la investigación se afianzó sobre la idea de un tránsito que llevaría al periodismo de los medios hacia el ámbito de lo público, lo que llevó a la búsqueda de un marco conceptual que permitiera considerarlo a la luz de las condiciones políticas y económicas que definen las tensiones entre lo público y lo privado. La perspectiva de la comunicación pública otorgó ese marco al permitir pensar una configuración social en la que diversas instancias (los medios incluidos) tienen participación en las formaciones discursivas de la realidad (como los productos periodísticos) desde un enfoque sociopolítico.

El diseño de esta investigación ha puesto su foco de atención, y por lo tanto su sesgo, sobre las relaciones que se establecen entre dos esferas: la de los medios de comunicación y la de la política institucional. Sin embargo, el propio desarrollo de la investigación ha abierto nuevas preguntas que no pueden contestarse ahora debido al segmento o escenario en el que la investigación se ha realizado en función de los recortes metodológicos necesarios en cualquier abordaje empírico.

Es una obviedad que los datos empíricos, al estar contenidos en este segmento, no agoten la totalidad de las relaciones que se establecen en la configuración de comunicación pública de un territorio local o nacional. Pero esa contención sirve también para revelar la necesidad de otros abordajes que permitan ampliar la comprensión sobre la manera en la que los sujetos que participan en el ámbito de lo público despliegan sus potencialidades comunicativas, no sólo desde el espacio público-mediático, sino en el espacio público ampliado del intercambio simbólico.

El programa de investigación posible que con este trabajo se hace evidente para continuar una línea de trabajo que contribuya a la comprensión de los procesos que integran las prácticas de la comunicación pública en México lo organizo a partir de cinco propuestas generales que pueden ir afinándose conforme se vaya avanzando en su conocimiento:

- Revisar cómo se presenta la probable tendencia hacia el descentramiento de los medios de comunicación de masas en la formación de temas que se integran a los debates públicos y en la diversificación de los actores, para orientar análisis más adecuados a las prácticas contemporáneas de comunicación pública.
- Analizar del descentramiento del periodismo en la formulación de lo político, que ha migrado a otros espacios mediáticos como los espectáculos o los programas de ficción.

- Estudiar los ejercicios de la *subpolítica*<sup>2</sup> como una manera de gestionar el acceso a la discusión pública por parte de actores ciudadanos.
- Dar seguimiento a la incorporación de los grupos marginales, como los delictivos, en el espacio público ampliado.
- Analizar la manera en la que las nuevas plataformas tecnológicas son apropiadas por diversos actores que se integran a la configuración de la comunicación pública, como el caso del periodismo ciudadano a partir de los *blogs*, entre otros asuntos.

---

<sup>2</sup> El término es explicado en la página 38.