

PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN ESTATAL Y POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO

Dra. María de la Luz Casas Pérez

Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey

Campus Cuernavaca

marilu.casas@itesm.mx

ABSTRACT

Este trabajo aborda a las industrias de la comunicación desde el paradigma de los mercados globales y se plantean las condiciones del escenario actual, (único en la historia de la vinculación entre la política mexicana y la historia de medios en México), relacionándolas con los procesos de gestión de una política pública de comunicación y cultura que armonice el impacto de los mercados globales con las condiciones económicas, sociales y culturales específicas de nuestro país.

Introducción

El presente trabajo tiene por objeto el análisis de las lógicas de la producción de la economía de la información y de los mercados del entretenimiento, frente a las prácticas y procesos de producción de políticas públicas nacionales y específicamente, de la política pública relativa al ámbito de la comunicación y la cultura.

La premisa esencial que nutre la argumentación a lo largo de este estudio, es que las prácticas de dirección y crecimiento para la construcción de los escenarios de las industrias de la comunicación que eran elaboradas desde la cúspide del sistema político, han sido sustituidas por el paradigma de los mercados globales. La resultante es la ausencia de directrices en los sistemas de producción de políticas públicas relacionadas con el arte, la cultura y los medios de comunicación que estaban a cargo del Estado mexicano.

El punto de partida para este análisis, es que estamos frente a un escenario único en la historia de la vinculación entre la política y la historia de medios en México, que resulta propicio para el abrigo de un proceso que culmine finalmente en la gestión de una política pública de comunicación y cultura que contemple las condiciones reales de los mercados globales y las condiciones económicas, sociales y culturales específicas de nuestro país.

De origen, esta situación se gesta a partir de varios elementos: por una parte la vinculación de los propietarios de los medios de comunicación con las elites del poder en México (Fernández Christlieb, 1985; Bohmann, 1986; Casas, 2000); la larga cadena de intentos de reglamentación de los medios de comunicación, especialmente los electrónicos, y las repercusiones de estas iniciativas para un proyecto de una política integral de comunicación y cultura (Casas, 1995, 1996, 1997, 2000; Esteinou, 1996, 1999; Sosa Plata, 1998; Carpizo y Villanueva, 2001) y, finalmente, la recomposición de fuerzas sociales que se conjuntaron al abrigo de una reforma política democrática que transformó al país durante los últimos años y que culminó el 2 de julio del 2000 con un cambio de partido único en el poder, al gobierno de un partido de oposición por primera vez en 71 años.

El nuevo escenario mexicano

Desde su surgimiento, los medios de comunicación mexicanos han estado vinculados a las élites empresariales y al poder político. Para nadie es desconocido que la asignación de favores para operar la industria ha sido dependiente de un poder discrecional ejercido por la figura del Estado. Esta situación, por otra parte, ha favorecido a los distintos gobiernos quienes ocasionalmente también han ido al encuentro de las nuevas tecnologías para favorecer su consolidación.

Por definición, los Estados nacionales requieren de no solo de un proyecto político, sino también de un proyecto cultural unificado y, podríamos decir que aún más a últimas fechas, requieren de un consumo simbólico compartido que favorezca el avance del mercado (Martín Barbero; 1987). Los Estados nacionales son entonces auténticas máquinas de producción ideológica que se sirven de los medios de comunicación para lograr la promoción de su proyecto político en turno.

Así, es posible constatar que, a partir de 1940 el Estado nacional mexicano, acompañado de la radio, sobre todo del cine, y posteriormente de la televisión, dirige el proyecto nacional de la Revolución Mexicana que es el que define la integración de las masas a la transformación industrial del país y a los nuevos patrones modernos de vida de las sociedades urbanas, mientras que es el México neoliberal el que, acompañado de la telefonía celular y de las nuevas tecnologías, lanza al país a la globalidad con su incorporación a la dinámica de los mercados internacionales.

El nuevo rostro del México imaginario, difundido a través de los medios de información, lleva su mensaje de manera desigual a los diferentes sectores de la sociedad mexicana, sin embargo, son diseñados fundamentalmente para el México centralizado y urbano y niega el otro México, el México indio. (Bonfil Batalla, 1990, p. 180). Los medios de difusión operan como los mecanismos de control social que permiten entonces llevar la propuesta de un México moderno que se urbaniza, desarrolla nuevos patrones de consumo, se acerca a las demandas de la comunidad internacional, y muestra una fotografía de progreso al mundo.

La propia intervención de las nuevas tecnologías, la apertura irrestricta a las telecomunicaciones, la capacidad técnica de enlaces que desarrolla nuestro país con el resto del mundo a partir de los años ochenta -sobre todo en su trayecto de llegada a México-, el acceso irrestricto a las redes de información y la apertura gradual de los niveles de control social que favorecen la expresión, revirtieron la situación socavando la propia autonomía ideológica estatal.

Esta situación se va a ver doblemente rebasada cuando el Estado se torna incapaz de dar cuenta de la diseminación de los centros culturales, de la multipolaridad de las iniciativas y de la pluralidad de referencias (García Canclini, 1990, p. 323). En ese momento, se abre un panorama nuevo para nuestro país, pero también se siembra la semilla de la destrucción del sistema político nacional tal y como lo conocíamos hasta entonces.

La vieja disputa por el poder

El marco legal de los medios de comunicación se ha mantenido relativamente estático en nuestro país durante muchos años. La Ley de Imprenta, que data de 1917 no ha sido revisada hasta la fecha; la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960 está en disputa hasta la fecha en pro de un proyecto más integrador, la Ley de la Industria de la Televisión por Cable que es de 1979 probablemente vea su abrogación debido a cambios en las condiciones técnicas de la industria y la Ley Federal de Cinematografía que databa originalmente de 1949 y que fue transformada primero en 1992 para albergar cambios producto de nuestra inserción al bloque económico de América del Norte, volvió a revisarse posteriormente en el 2001 ante la presión de la industria para afinar algunos detalles de operación a través de su reglamento.

La que fue incorporada de manera radical al escenario de la integración de nuestro país al nuevo entorno competitivo internacional, fue la Ley de Telecomunicaciones para la cual fue necesario realizar una modificación al artículo 28 Constitucional, a fin de sacarlo de la lista de las industrias cuya operación se consideraba prerrogativa del Estado mexicano.

Con todo, se puede decir que México no posee un proyecto integral en materia de políticas públicas de comunicación y cultura. La participación y responsabilidad de los medios de comunicación para con la promoción de la cultura o la transmisión de la herencia cultural, no es evidente dado que dentro de la legislación existente, el espíritu de la ley tiende a

considerar a los medios como meros vehículos técnicos de transmisión independientes de su contenido.

En todos los casos lo verdaderamente relevante es que en cuestión de unos cuantos años, la relación del Estado con los medios de comunicación cambió radicalmente. Todo comenzó cuando a fin de sanear las finanzas públicas, el gobierno mexicano se deshizo de un número significativo de paraestatales en el renglón de las comunicaciones para venderlas a la iniciativa privada. Así surgió la actual Televisión Azteca, como producto de la venta de un importante paquete de medios que incluía entre otras cosas a la televisora estatal Imevisión. La medida, tendiente a abrir el sector de las comunicaciones iba en perfecta consonancia con los compromisos adquiridos por el gobierno federal en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, y abría la puerta a mayor inversión privada que, junto con la llegada de capitales extranjeros introdujo esquemas probados de comercialización de la programación en nuestro país. (Casas, 1995, 2000).

El marco jurídico existente hasta ese momento, no solo favoreció el crecimiento del sector, ya fuera otorgando más concesiones y autorizando la incorporación de nuevas tecnologías, o bien ampliando el espectro de frecuencias y posiciones orbitales para satélites privados.

Numerosas voces se pronunciaron continuamente por la revisión del papel de los medios de comunicación en la construcción de la agenda nacional. También se ha intentado sistematizar la legislación existente e integrar una reglamentación coherente en materia de nuevas tecnologías y de medios de comunicación. La producción de políticas públicas para el sector pasó por largos procesos de enfrentamiento político entre las facciones opositoras a los gobiernos priístas y las nuevas fuerzas de oposición que mantuvieron una larga cadena de intentos de reglamentación de los medios de comunicación, especialmente los electrónicos. Las iniciativas del PAN por romper con los poderes discrecionales del Presidente para el otorgamiento de concesiones y para la gestación de mecanismos de regulación de los medios que garantizaran la responsabilidad de la industria, especialmente de los medios electrónicos, fueron catalogados como intentos de censura por parte de las fuerzas políticas y las elites empresariales y calificadas por los propios medios como la “Ley Mordaza”. Poco se conocía entonces de las posibilidades reales del Partido Acción Nacional para llegar al

poder, conseguir un movimiento de autorregulación por parte de los medios y de las repercusiones de estas iniciativas para un futuro proyecto de una política integral de comunicación y cultura.

No obstante, hay que reconocer que los tiempos que vive el país son tiempos distintos, son tiempos de apertura y de reconversión, no solo democrática, sino también de ajuste. Tan es así, que a raíz del cambio de gobierno en México se ha registrado un viraje de los grupos empresariales tradicionalmente asociados con el poder político. La lucha por el poder y por el control de los medios ahora traducida en una lucha por los reflectores de la democracia, ha obligado a las voces más reaccionarias a expresar que quieren la apertura y la operación responsable de los medios.

Seguramente para desvincularse con el proyecto político anterior, para clamar una apertura irrestricta de acuerdo con los vientos de la recién estrenada democracia mexicana y de manera nunca antes vista en nuestro país, los propios concesionarios de los medios electrónicos se agruparon en un Consejo de Autorregulación¹. Esto pareciera tranquilizarlos, al menos por el momento, respecto de su incorporación a los procesos de transformación del espectro político y a las decisiones que tomarán las autoridades, relativas a los pasos y las transformaciones que seguirá el país en los próximos años. Lo mismo está sucediendo en mayor o menor medida en otros ámbitos, en los que los distintos actores de la industria están tratando de recomponerse para ganar posiciones estratégicas frente a los cambios de rumbo que marca el país.

Como indican Carpizo y Villanueva (2001), en pocas materias del derecho se pueden advertir tantas resistencias y dificultades para reformar el marco jurídico vigente como en materia de comunicación. El problema de la legislación existente es que se atomiza en varios cuerpos jurídicos distintos que cubren distintos ámbitos de la industria de la comunicación. Por un lado, el derecho a la información² garantizado en

¹ El Consejo de Autorregulación de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión se instaló en marzo de 2001. Su aparición coincide con la instalación de la mesa de diálogo para la reforma integral de la legislación de medios electrónicos auspiciada por la Secretaría de Gobernación.

² Como indican Jorge Carpizo y Ernesto Villanueva, hasta el día de hoy se ha intentado reglamentar el derecho a la información en tres ocasiones sin éxito, una en 1978 durante el gobierno de José López Portillo, con la creación de los Foros

la Constitución General de la República desde 1977 y que está siendo puesto a discusión nuevamente gracias a la intervención de políticos y juristas que ven de manera natural que la apertura democrática del país debe de ir acompañada de una apertura informativa. Por tanto, y debido a que el derecho a la información está constitucionalmente garantizado por el Estado, debe ser el propio Estado quien ponga el ejemplo haciendo pública la información que debe estar al alcance de todos los ciudadanos.

De manera semejante, los medios informativos deben experimentar una apertura semejante, poniendo al escrutinio público sus informaciones y responsabilizándose de las notas que publican. Por primera vez en la historia de nuestro país estamos viendo casos de demandas por difamación en la prensa y de rendimiento de cuentas con respecto del presupuesto gastado en materia de comunicación social de algunas dependencias de la administración pública.

La propuesta de reformas legales para garantizar el Derecho a la Información desarrollada por Carpizo y Villanueva, (2001) es mucho más que un planteamiento relativo a la facultad y deber del Estado mexicano de hacer pública la información de gobierno. Por un lado, responde a un reclamo mundial de garantizar la Declaración Universal de los Derechos del Hombre propuesta por las Naciones Unidas en 1948, pero por otro se refiere directamente a derechos y garantías relativas a la posibilidad de expresión libre del ser humano.

En ese sentido por supuesto que se refiere, de manera directa a la expresión libre de las ideas, pero también a la actividad profesional de la comunicación. Podría decirse que la propuesta va mucho más allá, ya que pretende ligar áreas de comunicación que anteriormente estaban a cargo de distintas dependencias y Secretarías de Estado. Así por ejemplo, la propuesta plantea quitar a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la capacidad de otorgar concesiones de radio y televisión y entregársela a un organismo autónomo; establecer el derecho de los periodistas a defender el secreto profesional; establecer criterios de asignación de publicidad oficial y de los montos invertidos en este

Nacionales de Consulta Popular, otra en 1995 cuando se crea la Comisión Especial de Comunicación Social en la Cámara de Diputados y la tercera cuando la 57 Legislatura de la Cámara de Diputados promueve nuevamente una iniciativa de ley en la materia. (Conocida como "Ley mordaza").

renglón, así como la prohibición de la publicación de gacetillas que promueven a políticos. No es sino hasta fechas muy recientes, en que debido a los cambios experimentados por nuestro país en lo político, se

ha reconocido la enorme responsabilidad de los medios para la construcción del tejido cultural, y se han hecho esfuerzos para reconsiderar este planteamiento a nivel de políticas públicas³.

En suma, ésta propuesta acota muchas cuestiones que no estaban resueltas dentro de la legislación existente y le da a los medios un carácter que va más allá de su simple característica de transmisores técnicos para hacerlos jurídicamente responsables del contenido de sus mensajes. Sin embargo, la esperanza de la operación bajo un régimen de concesión socialmente responsable se desvaneció completamente cuando el 27 de diciembre del año 2002 Televisión Azteca tomó posesión de las instalaciones de Canal 22 en el Cerro del Chiquihuite argumentando derechos de operación de la televisora sobre contratos no honrados y sin la intervención de ninguna autoridad estatal.

Una vez más, después de estos acontecimientos y de la incapacidad del gobierno para hacer valer el Estado de derecho, queda de manifiesto la obsolescencia de muchas de las normas vigentes en el marco de las políticas de comunicación en México⁴.

³ El 12 de diciembre del 2002, con la firma de los coordinadores parlamentarios y los subcoordinadores del PAN y PRD, así como el respaldo de 62 legisladores en total, se presentó una Iniciativa de modificación de la Ley Federal de Radio y Televisión ante el Senado de la República que tiene por objeto diseñar un nuevo modelo de comunicación y una nueva relación más transparente, justa y equitativa, entre los medios de comunicación electrónica, la sociedad y el Estado.

⁴ La promulgación de la actual Ley Federal de Radio y Televisión, vigente desde el 8 de enero de 1960, estableció las normas a una industria radiofónica que contaba en ese momento con 40 años de desarrollo y consolidación y a una televisión con un poco más de 10 años de exitosa carrera. Dicha Ley es el eje sobre el que se han marcado, en los últimos 42 años, las pautas generales de la actividad de los medios de mayor impacto hoy en día, la radio y la televisión abierta. Sin embargo, la realidad que pretende normar en pleno siglo XXI es absolutamente distinta al del momento en que fue promulgada. En febrero del 2003, después de varios intentos de diversas legislaturas para reformar el marco regulatorio vigente, se iniciaron formalmente y de nueva cuenta los trabajos de análisis, consulta y dictamen de la iniciativa de nueva Ley Federal de Radio y Televisión que iniciaron sesenta y cuatro senadores, pertenecientes

Esas son las paradojas de la reglamentación en la industria de medios en México en estos momentos en los que no solo hay un cambio político y una transición hacia mayor apertura y participación democrática, sino donde también la industria de la informática, las telecomunicaciones y en general los medios de difusión están experimentando los cambios técnicos quizás más dramáticos que se registran en el curso de su historia.

La polémica y la discusión sigue estando en la figura del Estado y su papel por regular a la comunicación como actividad social, y por otra en los derechos de los ciudadanos o consumidores de acceder a la obra sin intervención alguna por parte de las autoridades y de lograr la información y la expresión libre para la auténtica participación ciudadana.

Las diferentes voces claman los beneficios y los riesgos de dar más o menor ingerencia a cada uno de los actores involucrados en el proceso. La industria reclama las prebendas de las que ha gozado en el pasado, y los juristas no acaban de ponerse de acuerdo respecto de la mejor forma de lograr una política pública integradora de la actividad de la comunicación, que la ubique en su propia dimensión e importancia para el desarrollo social, pero que también la responsabilice de su carácter de transmisora de los valores y la herencia cultural. Ahora bien, es un hecho que las características de los mercados mediáticos en todo el mundo han cambiado, y que la naturaleza de operación de los medios mexicanos, junto con todos sus vicios y costumbres, se ha quedado atrás con respecto de la dinámica internacional. Tanto los medios electrónicos como los medios impresos, pasando por toda la industria del entretenimiento, saben que el proceso de hibridización tecnológica los llevará eventualmente a participar de los mismos mercados, y por lo tanto se están asegurando de que estarán en una posición ventajosa respecto del poder político en turno, a el fin de lograr los espacios que necesitarán para asegurar el futuro de su operación.

Es por ello que en algunos ámbitos vemos cambios relativos por ejemplo a la incorporación de nuevos *carriers* o vehículos de transmisión de

a los grupos parlamentarios del PRD y del PAN, de Convergencia por la Democracia y Verde Ecologista.

información que circundan el globo terráqueo a través de las redes de telecomunicaciones.

Un proyecto de comunicación sin cultura no es proyecto

Ahora bien, los medios de comunicación son un vehículo más, de tantos que existen para la difusión y promoción de la cultura. En un sentido más amplio, la sociedad produce manifestaciones de su cultura, independientemente de que éstas sean o no difundidas a través de los medios de comunicación.

Es importante entender, sin embargo, que la integración, comunicación y diferenciación entre las clases, que parecía resuelta por la institucionalización nacionalista posrevolucionaria, se revela en crisis ante la multiplicidad de los procesos sociales que la desafían. (García Canclini, 1993, p. 39).

No es entonces difícil imaginar tensiones entre la estructura nacional y las prácticas de consumo de los grupos. Como parte del gran resquebrajamiento político y social que experimentó nuestro país desde 1994 y que culmina con el derrocamiento del PRI en el año 2000, una serie de grupos culturales han salido a la arena para reclamar su participación abierta en el escenario cultural. Un Estado democrático no puede menos que reconocer el derecho de los individuos, de las comunidades y de los pueblos a la defensa y a la difusión de su cultura, en cuyos términos se convierte en prerrogativa y deber irreconciliable por parte del Estado, velar por una política cultural que haga no solamente la promoción, sino también la defensa de nuestros más arraigados valores culturales.

Una sociedad que no valora su cultura no es una sociedad digna. Una sociedad que solamente reconoce la cultura de los circuitos comerciales de la industria, es una sociedad que sigue negando sus raíces y que está condenada a la fragmentación y a la descomposición social. Por tanto, es un hecho que si no reconocemos la existencia de los diversos planteamientos culturales específicos, estaremos contribuyendo a ese deterioro.

Pensar que la promoción de la cultura en nuestro país se limita a la promoción de las bellas artes y a la difusión de la obra de unos cuantos artistas amparados por el Estado, es una vez más esconder la cabeza

frente a una realidad irremediable, y es que el acceso y la apertura irrestricta a la información nos involucra a todos.

Si bien el proyecto cultural oficial posrevolucionario no es ya viable para mantener la unidad de la nación en un contexto de apertura irrestricta de la información, es importante reconocer que el narcotráfico, la corrupción, el problema indígena, contribuyeron a que la cultura mexicana dejara de ser la cultura de la artesanía y el folklore, para pasar a ser la cultura de los grupos urbanos, la copia, el pirataje de la obra artística, la contracultura a través de los mismos mecanismos, o de mecanismos semejantes a los utilizados por los circuitos culturales internacionales. Es un hecho entonces que hubo una recomposición de fuerzas culturales que se conjuntaron al abrigo de una reforma política democrática que transformó al país durante los últimos años.

Por primera vez en la historia del estudio de los fenómenos de la interculturalidad, la problemática de la cultura y los consumos culturales vista desde ópticas muy novedosas; bien sea como una corriente que fluye continuamente y que se entremezcla con otras corrientes (Arizpe, 2001), o bien sea como la mirada crítica introspectiva que es necesaria para no caer en la trampa de una construcción de la identidad cultural regresiva que necesite menospreciar al otro para poder ser (Rodrigo Alsina, 2002).

Resulta claro que en épocas pasadas de nuestra historia, había sido mucho más práctico para el Estado considerar a la cultura como el mecanismo aglutinador y en ese sentido, la promoción de la cultura era vista como una forma de promoción ideológica de la unicidad estatal. Hoy en día, se habla de México como una nación pluriétnica y pluricultural, y en ese sentido se tiene que dar reconocimiento jurídico, no solo al individuo, sino también a los grupos culturales.

La propuesta es pensar en el individuo como un agente de las actividades sociales en las que participa como productor, como consumidor y como ciudadano.

Visto en ese sentido, el ciudadano exige acceso a los bienes culturales, y se expresa de distintas maneras: buenas viviendas y servicios urbanos, educación, salud, acceso a la información y a los medios de comunicación.

En el pasado reciente, hemos afectado no únicamente nuestro entorno ecológico físico, sino también nuestro entorno y nuestra ecología cultural, es decir, hemos utilizados herramientas tecnológicas para afectar la preponderancia de ciertos objetos y productos materiales por sobre otros que tienen igual importancia en un equilibrio o un balance tecno-ecológico-cultural. De ese modo, nuestra interferencia en la ecología de los objetos y de sus referentes y la manera como éstos deben ser interpretados, tiene que ver con la apropiación del sentido por parte de los grupos y con sus formas de gestión, manipulación y expresión de los significantes acerca de sus referentes (Babe, 1998).

Al privilegiar la producción y el consumo de algunos de ellos, con significados específicos, estamos minando la posibilidad de gestión de los propios grupos culturales por sobre los objetos que producen o que podrían producir; en ese sentido estamos afectando la *ecología cultural* entendida ésta como la interferencia ejercida sobre los objetos y sus significados a través de la interacción de los grupos humanos. La información y el conocimiento, como elementos materiales de este contexto ecológico, pueden acumularse, compartirse, generando estructuras de mantenimiento social. Sin embargo, también pueden devenir en estructuras entrópicas, afectando con ello su estructura fundamental.

Por supuesto que las culturas tienen almacenes simbólicos dispares, sin embargo existe cierto bagaje o *capital cultural* del que una sociedad dispone y que establece las categorías, formas de conocimiento, o posibilidades de valorar las expresiones culturales de acuerdo con la experiencia de los individuos o de los grupos.

Esas posibilidades se relacionan con la oferta cultural, y por supuesto ha sido ya concebida en ese sentido en términos de una economía política de la información y la comunicación, es decir, qué está disponible para quién y cómo o a través de qué medios. Así, mientras la simbolización y los aspectos de construcción y expresión de esos símbolos son esenciales para el estudio de la cultura, también lo son los mecanismos o las formas a través de los cuales accedemos a ellos.

Así pues, la capacidad de acceso a los bienes culturales, de los sujetos de convertirse en individuos participantes en los procesos, la posibilidad de una *ciudadanización* o participación del capital cultural generado por una sociedad, y todas las variantes derivadas de estos aspectos, tienen que ver no solamente con la forma de plantearse proyectos de nación o

de cultura por parte de los Estados nacionales, sino también con las formas de proporcionar a los ciudadanos los accesos indispensables a la información y de garantizar las formas de expresión de la diversidad de sus manifestaciones culturales.

En México estamos viendo procesos yuxtapuestos de abordaje de la cuestión de las políticas públicas relativos a la actividad de la comunicación. Por un lado un Estado que deja en manos del mercado y de las grandes tendencias internacionales el desarrollo técnico futuro de la industria de medios; por otro lado, grupos culturales específicos que reclaman su participación directa en los mecanismos de expresión de su cultura a través de los medios de comunicación, y, finalmente, estructuras políticas y jurídicas que no corresponden a la dinámica de la producción y distribución de la cultura y de la comunicación y que obligan a la necesidad de replantearse la forma de articular la participación de los distintos actores en las estructuras técnico-culturales de los medios. Un cambio de paradigma en los planteamientos de la equidad y la ecología comunicativa en términos de reconocer y respetar la multiplicidad cultural de los entornos, puede ser la piedra angular que garantice no solo la pervivencia, sino también la evolución armónica del entramado social.

La economía del recurso: el paradigma de los mercados globales de la comunicación

La relación entre las industrias culturales y los sistemas sociales y políticos ha variado considerablemente en los últimos años.

Si bien el surgimiento de los medios de comunicación se dio al abrigo de los Estados nacionales, y su crecimiento dependió en mayor o menor medida a las políticas de crecimiento que los distintos gobiernos alentaban, hoy en día la situación es totalmente distinta. A partir de la expansión mediática de los sistemas transnacionales, los sistemas de medios comenzaron a crecer y a incidir más allá de sus fronteras.

La transmisión de los contenidos se abrió paso ante el desplome de las barreras tecnológicas; la informatización trajo consigo la posibilidad de llevar el negocio de la comunicación y del entretenimiento a escala verdaderamente planetaria, y la premisa de la relación exclusiva entre la articulación política, la articulación social y la estructura de medios trajo

consigo la emergencia del nuevo paradigma de la comunicación global. Vivimos en un mundo regido por los mercados globales de las industrias del entretenimiento y la información constituida por un número importante de conglomerados de medios que buscan continuamente capturar segmentos del mercado a lo largo y ancho de diversos sectores del consumo de las industrias de medios. (Albarrán y Chan-Olmsted, 1998, p. xi).

Podemos observar cómo los grandes conglomerados de la comunicación, la información y el entretenimiento se comportan alternadamente de manera defensiva u ofensiva en relación con los mercados, dependiendo de las circunstancias que enfrentan, ya sea buscando alianzas estratégicas o bien acortando brechas de operación, o bien incorporando nuevos productos que puedan ser de interés para los consumidores globales.

La lógica de su actuación corresponde a un esquema económico global que poco o nada tiene que ver con los intereses de los ciudadanos o con la defensa de sus prácticas culturales; antes bien, responde a las expectativas de los individuos particulares en tanto consumidores de una industria, que puede calificarse en términos generales como industria del entretenimiento. Son éstos parámetros y los de su propia lógica de eficiencia del negocio y no otros, los que explican en mayor medida la elección de sus contenidos, los canales de distribución y, en términos generales, la racionalidad subyacente en sus movimientos comerciales.

En el contexto de la industria de la información, la comunicación y el entretenimiento, los entornos macroeconómicos comprenden las políticas públicas relativas al comportamiento de cada uno de estos sectores y a su influencia en los patrones de inversión y consumo; mientras que los entornos microeconómicos están constituidos por factores relativos al comportamiento concreto de los mercados así como al desempeño particular de cada una de las industrias relacionadas.

En un espectro más amplio, que podríamos calificar como el amplio fenómeno de la economía de medios, estaríamos considerando la forma en que las industrias mediáticas usan recursos, normalmente escasos, para producir contenidos y distribuirlos entre sus consumidores con el fin de satisfacer ciertas necesidades y deseos. (Albarrán, 1998, p. 4).

Así el espectro comprendido entre vendedores y compradores de productos mediáticos se convierte en los nuevos tipos de mercados que son atendidos por las grandes industrias de medios.

Así, es posible apuntar que entre las fuerzas que trajeron como consecuencia la globalización de los mercados mediáticos se encuentran: el desarrollo de alianzas estratégicas regionales, los cambios en las formas de control político de los Estados nacionales, los avances tecnológicos, algunos cambios en las formas y estilos de vida promovidos por la gran cultura global, y la propia transformación interna de los mercados y de los sistemas globales de medios. (Chan-Olmsted y Albarrán, 1998, p. 11).

Ahora bien, si tomamos en cuenta el comportamiento de los sistemas de medios a nivel global, podemos observar que éstos operan en varias dimensiones: por un lado, produciendo contenidos, proporcionando productos y servicios de información, comunicación o entretenimiento, y por otra parte, sirviendo de vínculo entre anunciantes y consumidores a través de los espacios de publicidad que venden. Así, en el esquema de participación económica mundial, la operación concreta de las industrias mediáticas varía dependiendo de las características específicas de los marcos regulatorios y las políticas públicas de cada país, independientemente de que se trate de industrias globales.

La presencia del Estado como mecanismo de intermediación del sistema de mercados, viene a constituir un factor adicional que le imprime mayor complejidad al esquema de operación de los sistemas de comunicación, ya que los Estados en ocasiones participan, ya sea a través de la producción de productos específicos lanzados a los mercados, ya sea proporcionando los permisos y las concesiones para la operación de las frecuencias o las tecnologías de transmisión. De manera que la relación industria de medios-Estados nacionales es cambiante y además se altera dependiendo de la agresiva intervención de organizaciones mediáticas globales. Es por ello que, cuando el sistema de medios es mixto, es decir, público y privado, la naturaleza de la competencia directa no es perfecta y tampoco puede estar basada en las leyes simples del mercado de la oferta y la demanda.

Constituiría una auténtica irresponsabilidad dejar la actuación de los sistemas de medios al capricho de la industria y al comportamiento de los mercados nacionales o globales, hacerlo de esa manera significaría dejar de lado una de las funciones específicas de la construcción de políticas públicas que es buscar el logro de ciertos objetivos sociales, en

este caso objetivos sociales de comunicación relativos a la preservación de la cultura y del patrimonio nacional.

Un argumento más a favor de tomar seriamente las riendas de la elaboración de una política pública relativa a la comunicación y la cultura y no dejar al paso del tiempo la articulación autónoma del sector es el siguiente: el Banco Mundial en su Reporte Mundial sobre el Desarrollo 1999/2000 apunta, que la tecnología de información y de comunicación será la piedra angular para el desarrollo de las economías en los próximos años. Sin embargo también indica que los problemas más grandes y al mismo tiempo las oportunidades más preciosas se darán debido a la tensión entre los fenómenos de *globalización* y *localización*. Aclara el mismo reporte:

La llegada del siglo 21 ha mejorado las comunicaciones y la transportación; ha derrumbado las barreras de todo tipo, ha logrado que el mundo se haga más pequeño, pero también ha propiciado el deseo de las comunidades de trazar su propio destino. La *localización*, como la llama este organismo internacional, puede adoptar distintas facetas: la forma de una demanda general por mayor participación política o por mayor autonomía, por la descentralización de las funciones públicas o bien por la defensa de las identidades culturales.

Las proyecciones del mismo organismo para este siglo que comienza, son que en los distintos países la ciudadanía seguramente demandará mayores y mejores servicios de salud, de educación, seguridad pública, mayor acceso a la información y participación ciudadana, lo cual es positivo y convertirse en un gran motor para el desarrollo de las sociedades. En cualquier caso, reconoce el Banco Mundial, ha sido precisamente la globalización la generadora de este fenómeno de reconversión hacia lo local.

El problema es que ahora la presión política estará sobre las autoridades locales, a las que la ciudadanía demandará acciones concretas y solución a problemas añejos. Esta acción debiera resultar en una cierta eficiencia del sector público.

No obstante, el riesgo estará precisamente la incapacidad de los sectores públicos locales para satisfacer las crecientes demandas de la ciudadanía.

Un sistema de gobierno, ya sea federal, estatal o municipal saturado e incapaz de satisfacer las demandas sociales puede ser un factor de desestabilidad macroeconómica, un freno al desarrollo, e incluso un detonador para la desestabilización política. (Reporte Mundial sobre el Desarrollo 1999/2000 Banco Mundial).

La globalización puede por tanto provocar, y de hecho provoca, fenómenos de reinstitucionalización de las fuerzas locales que pueden en última instancia ser focalizados de manera tal que se logre cierto incremento de la productividad y el crecimiento, o bien puede generar marginación, desempleo, inestabilidad cambiaria y financiera, y finalmente descontento social.

En síntesis, el mundo se está haciendo más pequeño, pero también más complejo. Nuevamente, y tal y como afirmábamos al inicio de este trabajo, los problemas también son globales y la capacidad de los Estados para enfrentarlos es cada vez menor. De ahí la importancia de las acciones coordinadas a nivel de lo local, pero también, de ahí la necesidad de incorporar dentro de la lógica de la construcción de las políticas públicas una lógica de atención a las necesidades individuales de los ciudadanos.

El análisis que debemos realizar aquí es por tanto doble: primero, y dada la trascendencia de las industrias de la comunicación, la información y el entretenimiento, es menester hacer hincapié en la importancia de la generación de políticas que se desprendan de la comprensión del funcionamiento de las industrias y los mercados de comunicaciones a nivel global y que contemplen al recurso informativo como parte de la cultura, y por tanto como la urdimbre básica de construcción del tejido social y no nada más tomen en consideración a los vehículos técnicos de transmisión de productos informativos.

Segundo, dado el movimiento de recomposición de las fuerzas locales, auspiciadas por los propios efectos de la globalidad, el acceso a los contenidos internacionales, la generación de demandas de mejores condiciones de vida, de mayor acceso a bienes y servicios y de participación ciudadana, es necesario revisar los procesos de gestación de políticas públicas de manera que a nivel social podamos asegurar que sus normatividades contemplen y garanticen formas de dar acceso a los diversos grupos sociales, tanto para la rendición de cuentas por parte de

los agentes de la industria de las comunicaciones como para la auténtica expresión cultural.

Un futuro para México

La situación de México es privilegiada en varios sentidos: Por un lado, nuestro país sigue siendo importante en términos de producción mediática de habla hispana y uno de los mercados más atractivos para la inversión extranjera en materia de comunicaciones, tanto para la producción como para la transmisión, y más específicamente en el ámbito de la infraestructura de telecomunicaciones⁵.

Las características demográficas de México son ideales a los ojos de los grandes conglomerados mediáticos internacionales, ya que siendo un país que se acerca a los 100 millones de habitantes, representa un mercado real y potencial para el consumo de productos del entretenimiento que resulta nada despreciable. Sin embargo, el margen de consumo de los mexicanos sigue estando en función directa de la situación económica del país; por lo que, como es natural, los analistas de la industria coinciden en comentar que en la medida en que la situación económica esté estable, los consumidores de medios tendrán un poder adquisitivo mayor, cuya capacidad de gasto será invertida en productos de la industria de las comunicaciones y del entretenimiento. Esta capacidad de inversión en gasto será directamente proporcional a la oferta de los mercados, por lo que la industria tendrá que competir con productos cada vez más variados y mejor diseñados para atender a las expectativas y a los deseos de sus públicos consumidores.

La demanda de productos relacionados con la industria de la información, la comunicación y el entretenimiento no parece menguarse debido a la transición política; por el contrario, el consumo de medios, especialmente la curva de adopción de nuevas tecnologías como el Internet parece ir en ascenso.

⁵ El interés de la industria es modificar la reglamentación en materia de telecomunicaciones, especialmente en el renglón de telefonía de larga distancia. La legislación vigente estipula un tope del 49% para la inversión extranjera, la propuesta es que ese tope se libere para permitir el 100% de inversión extranjera en el sector.

Otro de los factores que habrá que tomar en consideración en este nuevo escenario, es el contexto específico de transformación democrática que México está viviendo y que está siendo cuidadosamente observada desde muchas latitudes. La forma en que México se desenvuelva en los próximos años, tendrá gran relevancia a nivel internacional, ya que en el concierto de las naciones México tiene ya un peso específico determinado por sus compromisos comerciales con otros bloques económicos, -léase con nuestros socios de América del Norte, con la Unión Europea o con los demás países con los que tenemos convenios bilaterales-. Este tipo de relaciones traerá consigo una serie de condiciones de operación que, aunadas a las recomendaciones y a los requisitos impuestos por los grandes organismos internacionales, obligará al país a consolidar cierto desarrollo y a responder a las exigencias impuestas por la apertura económica.

Todo lo anterior no deja mucho margen de maniobra para la construcción de políticas públicas autónomas; sin embargo, como hemos visto, existen otros factores que harán presión sobre el Estado mexicano, que favorecerán la inserción de la sociedad civil y de los grupos de presión sobre el proceso. Las tensiones impuestas por la globalización por sobre las regiones, las que facultarán a los grupos, y a los ciudadanos a la acción pública.

Son esos grupos y otros muchos que están saliendo a la arena pública, quienes pueden llevar a la mesa de la negociación las grandes demandas nacionales. Son ellos los que pueden garantizar la consolidación de una política integral de comunicación que articule a todos los actores y que tome en cuenta todas las demandas.

La tarea desde luego no es fácil. El país estuvo acostumbrado durante más de setenta años a la burocracia y al autoritarismo de Estado, fue víctima de la represión que durante muchos años lo sumió en la miseria y el abandono. Hoy, sus demandas ya no pueden ser acalladas y tampoco pospuestas. Las injusticias, los autoritarismos y las tiranías del pasado no pueden ser más escondidos a los ojos de la comunidad internacional. Sus voces no pueden ser acalladas porque hoy disponen de las grandes redes informáticas para llevar su palabra.

El repudio internacional será el responsable de hacer la presión necesaria para que los Estados finalmente dimensionen la importancia social y política de las industrias de la información y la comunicación, demanden una actuación efectiva y responsable en pro de los grandes temas de la agenda nacional y busquen esquemas que garanticen la participación de todos los ciudadanos.

La perspectiva que aquí planteamos es pues optimista, no podría ser de otra manera. Negar la posibilidad de la transformación en los procesos de gestación de las políticas públicas, y no albergar la esperanza de la creación de una política integral de comunicación y cultura para este país, sería tanto como querer tapar el sol con un dedo, implicaría también negar que las condiciones internacionales y nacionales han cambiado y asumir que el país está condenado a perecer sumido en la desilusión y el desencanto.

Referencias bibliográficas

Albarrán Alan B., Sylvia M. Chan-Olmsted (1998). *Global Media Economics. Commercialization, Concentration and Integration of World Media Markets*. Iowa State University Press

Arizpe, Lourdes. (2001). "Cultura o voluntad política: Cómo construir el pluralismo en México". *Seminario de Problemas Científicos y Filosóficos de la UNAM*. Conferencia.

Babe, Robert (1998). "Comprendiendo el modelo de ecología cultural" en: Miguel Angel Sánchez de Armas (Compilador). *Comunicación y globalidad. Ensayos de ecología cultural*. México, Fondo Internacional de Comunicación

Bohmann, Karin. (1986). *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México, Alianza editorial/CONACULTA

Bonfil Batalla, Guillermo. (1990). *México profundo. Una civilización negada*. México, Grijalbo/CONACULTA.

Carpizo, Jorge y Ernesto Villanueva (2001). "Derecho a la información en México: propuestas para su regulación" en: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, Año Trece, Número Sesenta y ocho

Casas Pérez, María de la Luz (1995). "Estructura para la reglamentación mexicana en medios audiovisuales" en: Delia Covi Druetta (Coordinadora). *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá. Proyecto Monarca*. México, Universidad Nacional Autónoma de México

Casas Pérez, María de la Luz (1996). "Hacia una política cultural autónoma de comunicación" en: Javier Esteinou Madrid (coord.). *Espacios de comunicación*. México, Universidad Iberoamericana

Casas Pérez, María de la Luz (1997). "El marco jurídico y la política de comunicación social en el marco del TLC" en: *Anuario de Investigación CONEICC IV*. México, DECS/UdeG

Casas Pérez, María de la Luz. (2000). *Medios de comunicación y libre comercio en México*. México. Editorial Trillas

Esteinou Madrid, Javier (1996). "Medios de comunicación, Estado mexicano y responsabilidad social" en: Javier Esteinou Madrid (coord.). *Espacios de comunicación*. México, Universidad Iberoamericana

Esteinou Madrid, Javier (1999). "Los medios de comunicación en el cambio político-social de finales del siglo XX" en: *Anuario de Investigación CONEICC V*. México, Universidad Iberoamericana

Fernández Christlieb, Fátima. (1985). *Los medios de difusión masiva en México*. México, Juan Pablos editor

García Canclini, Néstor. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México, Grijalbo/CONACULTA

García Canclini, Néstor (1993). *El consumo cultural en México* México, Grijalbo/CONACULTA

Martín Barbero, Jesús (1987). "Innovación tecnológica y transformación cultural" en: *Telos*, Madrid, núm. 9.

Rodrigo Alsina, Miquel (2002). "La interculturalidad en la modernidad actual". (Manuscrito no publicado).

Sosa Plata, Gabriel. (1998). "El marco legal" en: (V.A.). *Apuntes para la historia de la televisión mexicana*. México, ediciones de Revista Mexicana de Comunicación

World Bank. (1999) *World Development Report 1999/2000*. Washington. World Bank.