

## INTRODUCCION :

### El impacto de los medios masivos de comunicación

Los cambios que envuelven la totalidad del planeta y que han sido conceptualizados como globalización , por su alcance internacional estan basados en una vertiginosa aceleración de los procesos tecnológicos ; pero este fenómeno no solo se da en los ámbitos económicos , financieros o comerciales , sino también se da en planos como el político y sobre todo en lo socio cultural , transmitido especialmente por los medios de comunicación masiva .

Cuando Marshall McLuhan , filósofo y teórico canadiense hablaba de una (aldea global), no tenía idea de las posibilidades que se abrirían con la invención de la fibra óptica , la cual permite una difusión de información a velocidades sin precedentes através de los medios masivos de comunicación . Este modo de transmitir la información se cree engendra la estandarización u homogeneización de todas las sociedades y culturas que se expresan no solo en la moda , las costumbres , la música , la gastronomía sino también en la forma de hacer política .

Así , la prensa , la radio y sobretodo la televisión son considerados instrumentos que modelan e influyen en la forma de vida de los habitantes de un país . De tal forma estos medios deben ser considerados como un vínculo importante entre gobernantes y gobernados . Así , podemos afirmar que la política gira en los medios .

Por otra parte , las opiniones en la sociedad se constituyen a partir de informaciones. Una sociedad informada suele ser una sociedad activa y participativa . La información , en este sentido , es un mecanismo formidable para incrementar , lo mismo que para desalentar a la gante de la partucipación social y/o politica a través de la participación de la opinión pública .

Dicho en otras palabras , la política se fundamenta en las comunicaciones a través de la intermediación de la opinión pública , y esta última , depende de la forma como se organiza la vida de los ciudadanos , así como de la estructura , orientación y funcionamiento de los medios de comunicación . Por ello nunca antes , la responsabilidad de tener una verdadera opinión publica ha sido evidente .

El tema que se plantea en esta tesina es el de la competencia y el alcance de una política exterior frente a los medios y la opinión publica en nuestro país .

El objeto principal de esta tesina es analizar el proceso de gestación de la opinión pública en México y su influencia en el proceso de toma de decisiones políticas en el país sobretodo en materia de asuntos exteriores .

Como objetivos secundarios se pretende demostrar que se está gestando una nueva relación entre la opinión pública – producto de los medios masivos de comunicación– y las instituciones gubernamentales. Así mismo analizar la participación de la opinión

pública en materia de política exterior como producto de la apertura política que se ha dado en el país

La hipótesis a demostrar :

Se cree que la opinión pública , gracias a la apertura dada en los medios de comunicación masiva en México, se encuentra más informada y puede influir en el proceso de toma de decisiones políticas del país; sin embargo, en materia de política exterior, las decisiones siguen siendo exclusivas del Estado y la participación de la opinión pública solo se limita a vigilar y criticar la política dada.

Por eso como sub – hipótesis a comprobar:

La opinión pública es un instrumento de cabildeo de cierto grupo de interés.

La opinión pública No es factor determinante en la formulación de la política exterior, solo es generador de cabildeo en problemas que considera de relevancia.

Para comprobar dicha hipótesis la tesina se divide en tres capítulos.

### **Influencia y efecto de los medios masivos de comunicación**

Un medio es toda aquella herramienta o método utilizado para transmitir un mensaje entre las personas. Por lo tanto , lo que hace un medio , un medio masivo es :

()La capacidad de transmitir un mensaje no solo de una persona a otra sino de una persona a cientos o millones de ellas

Los medios masivos de comunicación más importantes son seis :

Tres gráficos (periódicos , revistas , y libros ) y

tres electrónicos (televisión , radio y cine ) .

Mientras que los medios gráficos son estrictamente visuales y requieren toda la atención del receptor para recibir el mensaje , los medios electrónicos son mas flexibles al utilizar el sonido . Además , los medios electrónicos ofrecen una menor permanencia de los mensajes , ya que son consumidos en el momento exacto en el que se transmiten y no siempre pueden ser consultados en el futuro. Por ello , tampoco es posible establecer un índice de su contenido : solo se conoce acerca de el mensaje hasta el preciso momento en que es visto y para ese entonces , analizar el mensaje a partir de la condición de receptor resulta demasiado tarde .

Determinar cuales son los efectos y la influencia que un medio masivo ejerce en la personas ha resultado un tema de gran controversia a lo largo de la historia . Hay quienes aseguran que no se puede determinar que sea el medio exclusivamente el que afecte a la sociedad , sino que existen otros factores que deben ser considerados al estudiar tales efectos :

Los medios masivos son muy diversos tanto en su contenido como en su organización e incluyen un extenso rango de actividades que pueden tener un efecto en la sociedad .

Denis McQuail , autor de el libro La influencia y efecto de los medios masivos determina que es necesario distinguir entre lo que se conoce como efecto y eficacia siempre que se quiera estudiar la influencia de los medios masivos en las personas .

Por efecto se entienden las consecuencias , intencionales o no , que se derivan de la operación de los medios masivos ; por eficacia , la capacidad de lograr objetivos , ya sea para traer grandes audiencias o para influir en opiniones y comportamientos .

En primera instancia se puede considerar que la relación entre los medios masivos de comunicación y la sociedad es más sencilla .

Sin embargo son en realidad dos las relaciones que han de tomarse en cuenta : la relación sociedad – medios masivos , que interpreta a los medios como un reflejo de la acción de la sociedad ; y la relación medios masivos – sociedad , que asume que la sociedad se comporta con base en la influencia del medio .

## Los medios masivos como reflejo de la sociedad

Los medios masivos de comunicación pueden ser reflejo de múltiples aspectos de la sociedad , principalmente políticos , económicos y culturales . La sociedad es reflejada en los medios masivos a través de símbolos , que bien pueden ser valores , normas o creencias y que en su conjunto marcan las características culturales .

Perspectivas como la de Richard Peterson , sociólogo estadounidense , dan a entender que muchas veces estos símbolos son diferenciales de las clases sociales : establecen los límites entre dominantes y dominados . Bajo este enfoque los medios no son más que un modelo plural de poder .

Dentro de este escenario , los medios masivos de comunicación son una herramienta para que la clase dominante propague su ideología y legitime su posición . Por lo tanto , los medios son el canal por el cual la elite distribuye su pensamiento al público.

### Los medios como determinantes de la conducta social

Los medios masivos de comunicación pueden afectar a la sociedad de diferentes maneras que van desde efectos directos en las percepciones y en el comportamiento de los individuos hasta las relaciones de grupo y el funcionamiento de las instituciones sociales .

Desde que este punto de vista empezó a ser considerado , el estudio de los efectos de los medios masivos sobre la sociedad ha generado la aparición de distintos modelos de la explicación del proceso que llevan a cabo las personas al interpretar los mensajes a los que son expuestos . Esto es , la manera en que se decodifican los símbolos expresados en los medios para después asumirlos ideológicamente . Es importante establecer que son tantas las variables que pueden influir en los efectos de los medios masivos sobre las personas , que a ciencia cierta no es posible determinar que los produce , que los hace permanecer en el tiempo y con que intensidad pueden hacerlo . Entre los acercamientos mas notables para ofrecer una respuesta absoluta , tenemos los siguientes :

a)Modelo de estímulo – respuesta . Planteado por Melvin L. De Fleur sociólogo y profesor de comunicaciones de la universidad de Miami , en este proceso el efecto en la persona empieza con una condición de estímulo – respuesta propiciada por el medio masivo que implanta una creencia en la mente de la persona .

Asume que la audiencia está dividida en grupos específicos que reaccionan a estímulos específicos comunes . A su vez , estos grupos indican la existencia de categorías sociales , no solo en materia económica sino también política , religiosa o cultural . Las relaciones informales entre estos diversos grupos juegan un importante papel en la concepción del mensaje y en la manera en que se percibe al medio , ya que conforme se comenta se amplía la gama de opiniones y se genera un consenso . Es así como finalmente se pueden establecer normas culturales , con lo que el medio masivo habrá generado un impacto de considerable importancia . Este modelo , dá un enorme poder a los medios de influir en las personas , pero este solo tiene un alcance a nivel individual y no colectivo .

b)Modelo de Lazarsfeld . Paul Lazarsfeld , conocido investigador estadounidense estableció un modelo de efectos aplicable a los escenarios políticos . Dicho modelo establece el flujo de influencia en dos etapas : primero desde el medio masivo , pasando a través de líderes de opinión , para finalmente llegar al público en general . De esta forma , la audiencia es afectada de manera indirecta ya que recibe una interpretación de la realidad que a su vez es interpretada por el individuo . Esto despierta al interés en el mensaje , pero después es la persona la que finalmente otorga la importancia al mensaje y la magnitud de su impacto . Así se sugiere un involucramiento del individuo en el proceso .

c)Modelo de Kelman . Este modelo afirma la existencia de tres procesos involucrados en el cambio de opinión de las personas . El primero es sumisión , entendido como la aceptación de la influencia , ya sea para obtener

alguna recompensa o para evitar algún castigo (costos – beneficios) . Posteriormente se pasa a la identificación , que ocurra cuando el individuo desea ser parecido a la fuente del mensaje e imitar su comportamiento para conseguir la recompensa . Por último , se llega a la internalización , la influencia ejercida en las necesidades y valores del receptor . De esta manera la influencia está explicada en términos funcionales para el individuo , ya que acepta el mensaje de acuerdo a sus propios intereses y necesidades .

d)Modelo de efectos indirectos . Apoyado por Richard Peterson , este modelo establece que los medios masivos son solo un elemento dentro de un conjunto de influencias . Estas pueden ser antiguas creencias , sentimiento , cualquier otro tipo de información y otros factores ambientales . La consecución del poder político y económico se da controlando todo este conjunto de influencias . Por lo tanto , la influencia deja totalmente el nivel de alcance individual para abarcar instituciones .

e)Modelo de relaciones políticas . Este modelo resulta ser de gran utilidad para entender las relaciones de los medios masivos con la política en general . El modelo establece que los efectos de los medios masivos se dan sobre relaciones políticas mas que sobre individuos . Es decir , el medio cambia la percepción y conocimiento de el individuo sobre el sistema político , ya sea en un periodo largo de tiempo o en uno relativamente corto , por ejemplo , la cobertura de temas muy particulares y de interés general .

Un último punto de vista que encierra los dos últimos modelos mencionados, es el de Denis McQuail. Para Mc Quail el estudio sobre los efectos de los medios masivos de comunicación debe hacerse desde la perspectiva del mensaje y desde la perspectiva de la institución. Así se analizan las relaciones entre las fuerzas económicas políticas y sociales que regulan a los medios; el efecto de los medios(como instituciones) sobre otras instituciones; el efecto de los medios sobre los mensajes que distribuyen; y el efecto de estos mensajes sobre las personas y las instituciones.

Es de primordial importancia recordar que en última instancia es el individuo quién determina la permanencia del mensaje en su memoria con base en sus preferencias.

O sea, que la atención al medio masivo está definida en los medios específicos de los mensajes .

Todo lo anterior demuestra el poder tan importante que los medios masivos han adquirido en el individuo , en la sociedad , en las instituciones y en la cultura en general . Además de ser una herramienta de legitimación e influencia , los medios pueden ejercer presión y movilizar a las masas . De ahí la importancia que día con día cobra la preocupación ya no tanto sobre el medio masivo en sí , sino de quien lo controle y con que propósito decida hacerlo .

Con esto queda claro que los medios masivos ayudan a las instituciones políticas a legitimar su permanencia . Asimismo , es a través de los medios masivos como la población adquiere conocimiento de la realidad social y en este caso , de su gobierno . Además los medios son parte de la sociedad en la que ellos funcionan y que la relación medios – política es una relación de dos vías . Es decir , los medios y la política interactúan para que la sociedad pueda funcionar . De la misma manera , los medios son la más importante vía de comunicación entre las instituciones públicas y el electorado , lo que demuestra la fuerza y el poder que los medios tienen hoy en día .

### **Las funciones políticas de los medios masivos de comunicación**

Es preciso aclarar que existen tres fuentes de poder de los medios de comunicación : Una raíz estructural , que implica que el poder de los medios parte de su capacidad única para proporcionarle a los políticos una audiencia que , en tamaño y composición , no es disponible para ellos de otra manera ; una raíz psicológica , que parte de la relación de credibilidad y confianza que muchos medios de comunicación han podido desarrollar con los medios de la audiencia ; y una raíz normativa del poder de los medios , que puede ser crucial en tiempos de conflicto . Esta raíz parte del respeto que se conforma en las democracias hacia los

defensores de la filosofía liberal , y enfatizan el apego a la libertad de expresión y a la necesidad de salvaguardar el derecho de los mexicanos a la misma .

Dado este poder , es necesario señalar que los medios de comunicación no son instituciones separadas del quehacer político sino que forman parte del mismo sistema político . Por eso los medios tienen funciones políticas básicas . De acuerdo con Thomas Dye , investigador estadounidense especialista en el tema , se pueden establecer cinco funciones políticas básicas :

a)Elaboración de noticias . Este proceso está entendido como el poder que tienen los medios masivos para determinar que asuntos políticos , eventos , personalidades y conflictos son los que atraerán la atención de la audiencia .

b)Interpretación . Se entiende como el significado que los medios le otorgan a la noticia . Este significado comúnmente está expuesto a ciertos prejuicios de tipo político por parte de las personas que intervienen en este proceso , haciendo la noticia un tanto subjetiva .

c)Socialización . Se refiere a la enseñanza individual de los valores y principios políticos básicos mediante diversos agentes que bien pueden ser la familia , el entorno socio – laboral y las instituciones .

d)Persuasión y propaganda . Son los esfuerzos directos que se llevan a cabo para cambiar las actitudes y los comportamientos de las personas mediante la comunicación .

e)Establecimiento de la agenda pública . Es el rol que tienen los medios en la construcción de la realidad social . Esto es , presentar al público una lista de todo aquello en lo cual hay que tener una opinión . Es decir , la prensa , la televisión y los demás medios de información tienen la obligación de concientizar a los públicos sobre asuntos específicos que puedan alterar su realidad . Por eso , se considera la función política más importante de los medios masivos .

Los medios masivos son los encargados de especificar los problemas de la sociedad que deben ser plenamente considerados por el gobierno para la acción política . Es decir , los medios son un instrumento de cabildeo . Este poder de los medios para ejercer una influencia en la institución gubernamental es la que los coloca como pieza fundamental del aparato social . El establecimiento de la agenda por parte de los medios ha incrementado su presencia , por lo que las historias que los medios presenten determinarán lo que hablarán y pensarán las audiencias masivas .

Con esto queda claro que el poder de los medios en las relaciones políticas y sociales es enorme . Que tienen una capacidad extraordinaria de influir en el quehacer político , pero lo más importante es que son un instrumento de cabildeo , es decir que tienen un poder demasiado importante en la toma de decisiones . En otras palabras , que simplemente informando los medios adquieren una posición de primera línea en los procesos de toma de decisiones .

### **La realidad política como espectáculo**

No se puede gobernar a una sociedad si no se conoce su realidad , pero una sociedad que no conoce su realidad puede ser manipulada muy fácilmente . Los medios no solo presentan la realidad ; la modulan o la deterioran según como la propaguen . Así , para los medios la realidad es en si misma un espectáculo . De esta manera una noticia no solo es emitida como espectáculo , sino también recibida como tal .

Efectivamente , el espectáculo puro es lo opuesto a la participación auténtica pues hace desaparecer la realidad tras sus imágenes y cambia la naturaleza de la opinión pública de un hecho político – esencial para la democracia – en un hecho meramente ritual y publicitario .

Por ello los medios en la actualidad , sobre todos los electrónicos , transmiten las veinticuatro horas del día , porque lo espectacular es lo instantáneo , y ya no más lo que se informa . Tendencia que tenemos que asimilar , porque si consideramos que una noticia obtendrá mayor o menor jerarquía en la medida en que sea más importante , con toda seguridad que ciertos hechos o notas tendrán más despliegue en los medios que cualquier acuerdo que beneficia a un mayor número de la población .

Por otro lado , una característica indudable de nuestro tiempo es la cantidad de programas que exaltan los dramas de la vida real (reality show) y sobre todo aquellos en donde se engendra violencia . Donde las noticias ya no giran alrededor de los acontecimientos hechos por los políticos o empresario sino por los problemas de las personas comunes y corrientes .

De acuerdo con esta realidad , hoy ya no se analizan , ni comentan los acontecimientos de carácter político , económico o social , simplemente se vive en ellos . El común de los ciudadanos , antes solo eran espectadores , ahora son actores de esa realidad . En otras palabras , antes veían el juego desde las gradas , ahora son protagonistas del mismo juego . Pero ; ¿ello significa que los ciudadanos participan más que antes en asuntos políticos?

Las crisis , ya sean políticas o económicas , son un buen ejemplo de ello . Las crisis , ante todo son en sí mismas procesos de transformación y cambio . Por eso no es de extrañar que , en una sociedad tan heterogénea como la mexicana – la cual ha pasado por una severa crisis tanto política como económica – las percepciones que se tienen de la realidad entre gobernantes y gobernados sean diferentes y hasta cierto punto distantes . Por ello : Unos han sido los ritmos con que desde el gobierno se mira al país, se hacen proyectos , se toman decisiones y se miden las consecuencias , y otras , las pautas con que desde el resto de la nación se aprecian los problemas y las soluciones posibles .

El problema en México es que los parámetros con que se escribe la realidad , o sea los asuntos de carácter nacional , han cambiado tanto en los últimos años . Las expectativas del gobierno se vislumbran en términos macros mientras que los sociales y personales están en un plano micro que se forma a partir de la vida cotidiana de todos los mexicanos .

De esta manera , debe de haber más canales de transmisión para que las percepciones de nuestra realidad sean compartidas tanto por políticos como por la sociedad . Además es necesario y de vital importancia que la información que se genere en el ámbito público sea transmitida y producida sin cortapisas de ninguna naturaleza ; es decir sin censura previa de la autoridad ni menoscabo del derecho a informar . Por lo tanto que exista una diversidad de medios y canales de transmisión .

Por último se requiere que exista un público educado que pueda interpretar , juzgar y evaluar la información que recibe . Así mismo asegurar la calidad de la educación política , de ello depende en gran medida que pueda florecer una opinión pública libre , activa e influyente .

### **Medios y política en México**

Los medios no son la política , pero hoy en día no hay política eficaz que no pase por los medios de comunicación . De la misma manera , los medios no son la realidad , pero contribuyen a definirla y remodelarla .

Por largo tiempo , la supeditación de los principales espacios de comunicación al interés del gobierno , así como la ausencia de incentivos para que unos y otros compitieran entre sí , determinaron que en México hubiera escaso contraste en la cobertura así como en el comentario de los principales asuntos públicos .

La apertura política así como la de los medios ha dependido de elementos culturales , éticos , históricos y políticos envueltos en el proceso . La guerra en Chiapas es ejemplo de ello . El hecho de que no existiera

censura para quien medios mexicanos y del extranjero cubrieran esos acontecimientos , daba cuenta , desde los primeros días de 1994 , de que el proverbial y a menudo complejo control gubernamental sobre la prensa estaba cambiando .

En parte debido al desconcierto que suscitó la rebelión del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) , desde aquellas fechas se divulgaron numerosas historias contradictorias e incluso falsedades sobre la situación en Chiapas . El resultado políticamente más importante de la intensa exposición que los acontecimientos en Chiapas tuvieron en los medios de México , fue la propagación de una corriente dominante en la sociedad , a favor de una solución pacífica .

El rechazo publico a la confrontación armada logró que el gobierno así como el Ejército Zapatista tardaran de resolver el conflicto vía la negociación , el diálogo y la concertación .

Otra situación que ha abierto tanto los espacios en la política como en los medios fue la cobertura de las campañas presidenciales rumbo a las elecciones federales de agosto de 1994 . La información constante en los medios de las actividades y propuestas de los candidatos promovió la participación y el debate de la sociedad en los asuntos políticos del país .

Por otra parte el PRI y su candidato Ernesto Zedillo , tuvieron el 35.25% del tiempo dedicado a información electoral en los principales noticieros de la televisión mexicana . Esta cifra puede ser considerada alta , pero en consideración con las elecciones presidenciales de seis años atrás , es relativamente muy poca . Ya que Salinas recibió cerca del 83% del tiempo en esos mismos noticieros . Con esto puede reconocerse que ha existido un cambio en la postura de los medios , sobre todo en los electrónicos .

En la campaña de 1994 , frente a ese 35.25% del partido gubernamental los dos principales partidos de la oposición , Acción Nacional y el de la Revolución Democrática , obtuvieron el 17% y el 24% de cobertura respectivamente . Asimismo los actos de cierre de campaña de las tres fuerzas políticas principales fueron televisados en directo . También hubo monitores por parte del Instituto Federal Electoral (IFE) para determinar si había especial favoritismo de los medios a un partido o candidato . El IFE al final de la campaña demostró que tanto las estaciones de radio y televisión , así como la prensa tuvieron un comportamiento más equitativo en relación a otras elecciones .

De la misma manera los medios fueron escenario de varios momentos de relevancia en la campaña del 94 . El 12 de mayo , se realizó el primer debate entre los candidatos presidenciales de las principales fuerzas políticas del país . Junto al priísta Ernesto Zedillo , estuvieron Diego Fernández del Partido Acción Nacional y Cuauhtémoc Cárdenas del Partido de la Revolución Democrática . En ese periodo también aumento el tiempo gratuito en el que de acuerdo con la legislación electoral de los partidos tienen derecho en los medios electrónicos . Todo esto conformó una cobertura electoral hasta entonces inusitada en la historia política mexicana . En el año siguiente, el poder político mexicano atravesó por una notoria crisis interna y de legitimidad en la sociedad, al mismo tiempo que el país era sacudido por una , para muchos, inesperada crisis económica. Además los asesinatos políticos del 1994 aunado a la caída en la paridad del peso, que se devaluó más de un 100%, originaron un clima de inestabilidad en la clase política y en el país en su conjunto.

Todo este descontrol afectó a la vida pública mexicana significando con ello la ruptura de viejas reglas y la búsqueda de nuevas. En 1995, los medios en México , dada la crisis económica y la inestabilidad política, aumentaron su participación en materia política, lo que significó un cambio positivo en la forma de informar . La sociedad exigía más y más información sobre las causas y las posibles soluciones de la crisis mexicana y los medios que quisieron hacerlo, pudieron romper con la subordinación respecto de las instrucciones gubernamentales. Los públicos, reclamaron , y encontraron apertura política en espacios antes vedados a la disidencia y la crítica. Los medios sirvieron entonces como espacios de discusión.

Esta experiencia dejó muchas enseñanzas pero denotó cuán alejados están los partidos políticos de la sociedad

y por ende la fuerza que día a día tienen los medios en la actividad política. Es decir, los medios en aquel momento parecieron suplantar a los partidos políticos como canales de comunicación entre las necesidades del pueblo y las acciones del gobierno.

Se podría decir que los medios están cumpliendo una labor de intermediación e interpretación entre las instituciones y el pueblo, labor que antes, cuando los medios no estaban tan desarrollados, cumplían los partidos políticos.

Por otra parte, el gobierno dejó de respaldar a medios de comunicación que no tenían presencia social o un perfil editorial significativo. Es decir, con muy escasa audiencia, que surgían y sobrevivían sólo para recibir publicidad gubernamental. Pero al dejar de contar, sin que haya desaparecido completamente, con el enorme caudal de recursos que venían del mecenazgo gubernamental, muchos medios impresos e incluso electrónicos, descubrieron que para subsistir, tenían que tener lectores o audiencia.

Ese descubrimiento, tardío y forzoso, del mercado como espacio en donde contrastan las ofertas y la creatividad de los medios que pugnan por moldear las preferencias de sus públicos, es el principal factor de cambio en la comunicación mexicana.

Estos cambios, apenas comienzan a constituir tendencias más o menos consistentes; últimos cinco años del milenio serán el momento para que se defina el perfil de los medios mexicanos, que oscilan hoy entre varios dilemas: los patrocinios políticamente interesados y la supervivencia financiera, la calidad y el mercado, el público de élite y los públicos masivos, el espectáculo y la responsabilidad.

#### Los medios y la opinión pública en México

A menudo, la idea de público se confunde con el de la sociedad inorganizada, sobre todo a momento de preguntarse ¿qué es el público? La idea de que hay opinión u opiniones públicas, implica que tiene que existir una auto-organización entre los distintos y numerosos espacios y grupos de la sociedad.

En las sociedades modernas –que además son de masa– el público, los públicos, lo son en tanto que existe medios de comunicación capaces de atraerlos atenderlos, interesarlos, agruparlos, influirlos e incluso subyugarlos.

El público no se mantiene unido por contactos cara a cara y hombro a hombro. El público es sencillamente la criatura engendrada por los medios de comunicación. Los públicos por lo tanto, están formados por esas personas que constituyen, cada una un centro potencialmente sofisticado de interpretación e iniciativa y que, además interactúan en torno a los estímulos de información que reciben.

Esto significa que se ha creado así, por un lado, un público de masas, cuyo carácter es la tendencia a la uniformidad en la información, el razonamiento, la opinión, y el consenso, y por el otro, un público de masas independiente y aún reacio respecto de proyectos culturales o políticos diferentes.

Este último, enterado y acaso activo, sería aquel conglomerado que podríamos considerar como opinión pública pero, en nuestros días para que podamos decir que existe una opinión pública, depende de dos condiciones: Que haya medios de comunicación pero sobre todo que haya sociedad.

Las dificultades por precisar que se entiende por opinión pública a propiciado que existan casi tantas definiciones como escritores han abordado el tema. Pero en sí, la opinión pública, si existiera como tal, sería la voz o la suma de las voces de la sociedad civil.

Por otra parte, hay quienes creen que más bien, hay grados en la conformación de la opinión pública, que puede haber una opinión pública a nivel macro como otra a nivel micro. La primera entendida como el



producto de la interacción individual con el entorno político . La segunda entendida como la agregación y articulación de opiniones individuales junto con una unidad funcional dada . Esta última es particularmente hecha por los articulistas y columnistas , quienes opinan sobre los hechos y crean corrientes de pensamiento con la finalidad de influir y tener un impacto sobre los lectores así como para ser reconocida por el poder político . Esta , con todo y sus limitaciones , es útil porque admite no solo la diversidad de ascepciones , sino sobre todo la heterogeneidad que la sociedad distingue en distintos momentos .

Pero bien ¿qué podemos entender por opinión pública? La opinión pública es ante todo y sobre todo , un concepto político . Re´presenta una multiplicidad de públicos cuyos difusos estados de opinión se interrrelacionan con corrientes de información para producir efectos variables sobre la relación entre gobernantes y gobernados . Por lo tanto :

La opinión pública es justamente el modo más o menos inórgánico , pero permanente en que se expresa lo que un pueblo quiere y opina .

### **Participación de los medios de comunicación en la formación de la democracia**

La realidad, dicen algunos autores, entre ellos Chomsky (1992), de tan compleja parece ilusoria.

Aparente o virtual, dicen otros. Es decir que los medios de comunicación masiva "tienden trampas" a la capacidad de los habitantes de casi todo el mundo para escudriñar sus verdaderas limitaciones. Los medios de comunicación masiva al privilegiar el presente, operan además en beneficio del sistema en el cual se desempeñan, como resultado de su origen. En México hoy se apuesta al advenimiento de la democracia. Sin embargo el concepto bajo el cual algunos fundamentan esta fase de transición se basa en la alternancia política, que parece , no constituye aún solución al problema del autoritarismo en nuestro país por diversas razones. Entre ellas podríamos citar a:

- Los actores políticos emergen aún mayoritariamente de la clase política resultante de la revolucionaria;
- Aquellos actores políticos que no emergen de este grupo no parecen haber demostrado capacidad de liderazgo social y eficiencia administrativa;
- Los medios de comunicación masiva , cuya sobrevivencia puede ser —y casi siempre es— síntoma de aceptación general, parecen continuar arraigados en el apoyo manifiesto al sistema político mexicano y a los actores que lo conforman, siendo los más importantes el Presidente de la República y el Partido Revolucionario Institucional (por ej. cf. Acosta Valverde y Parra Rosales, 1994; Aguayo Quezada y Acosta, 1997);
- La sociedad civil parece no sostener, salvo algunas pequeñas ínsulas, una conciencia democrática. Si por una parte el autoritarismo, como sugiere Meyer (1992), gobernó al siglo 20 mexicano y por otra, el estado de evolución del sistema político vigente en cada sociedad permea lo cotidiano (Gil Bolívar, 1995), podríamos argumentar entonces que es posible contrastar esto con fenómenos culturales arraigados en nuestro país tales como el machismo y la corrupción (Díaz Guerrero, 1972).

Estas son sólo algunas razones por las cuales se puede desconfiar de la transición vista como la alternancia. Este mínimo concepto de democracia fue acuñado por los politólogos liberales y tuvo que ver en su momento con hacer gobierno de derechos humanos básicos . La ciencia política, como ha insistido por ejemplo Crespo (1998) parece continuar con ese enfoque. Hoy desde algunos grupos humanos tradicionalmente marginados como el género femenino, la sociología exige el replanteamiento de este concepto .

Aunque el tema de la democracia es una preocupación añeja entre estudiantes de los medios de comunicación masiva , falta aún por hacer en la visión de este horizonte. Éste es el punto de partida del presente texto: sumarse, así sea modestamente, a la exigencia porque la democracia se plantee, en este México emergente, de manera total, en todas formas, espacios y niveles. Sin adjetivos . Parece oportuno no sólo porque los medios de comunicación masiva , contra lo que las modas en nuestro campo de estudio propongan, parecen seguir

siendo el principal instrumento de los grupos que mantienen la hegemonía en las sociedades del mundo, restringiendo espacios a sus habitantes y, en tanto la panacea de la tecnología no llega a todos los niveles socioeconómicos, los mejores difusores de la ideología dominante; sino también porque paradójicamente en este hoy de la información, el campo académico parece padecer una más de sus ya aparentemente crónicas crisis —que se podría ver reflejada en cortes drásticos al apoyo gubernamental a la institucionalización de la investigación académica en posgrados y revistas "serios" o en nuevas prórrogas a la concreción de programas de doctorado— producto acaso de una falta de participación e identificación con las problemáticas actuales de nuestro país .

Para intentar alguna limitación de la problemática y con el fin de tener por dónde comenzar a observar la cotidianidad preparando las bases para ese replanteamiento interdisciplinario de la democracia donde los comunicólogos tienen aportes que ofrecer, por ahora me gustaría únicamente intentar algunos apuntes para abordar la red de interrelaciones que posibilitan interacciones en una sociedad regida como parece ocurre en México para explicar, brevemente, el papel fundamental que los medios de comunicación masiva y en particular el periodismo observan como forjadores de la unidad simbólica de dicha sociedad.

Veremos asimismo como este amalgama está mediado por las instituciones de producción de formas simbólicas en beneficio del grupo hegemónico, en el esfuerzo por comprender porqué resulta tan difícil que los medios de comunicación en general y en particular los periodísticos cambien y porqué la sociedad tendría que promover el cambio hacia la transición democrática casi necesariamente al margen de dichas instituciones. Para ello habrá que correr algunos riesgos. Resulta difícil dejar de lado la debilidad de un concepto como unidad simbólica, pues otros enfoques han insistido en que no existe tal y que el conjunto de significados que dan sentido a las sociedades en principio forjan un cúmulo de identidades diversas al interior de las mismas. Sin dejar de lado esta observación, correremos el riesgo de realizar generalizaciones. Otro es que parezca que se dejan de reconocer los esfuerzos de algunos grupos sociales por un futuro y presente más justos.

Es preciso reiterar, como se pudo antes notar, que este texto parte de muchos supuestos, por lo que no es posible la exhaustividad de las proposiciones que contiene, siendo éste sólo un primer acercamiento. Uno de ellos consiste en que el concepto de democracia acaso tenga que ver con una acepción más amplia, de todos los derechos para todos, de equidad en el ámbito doméstico, de educación, salud y grados de bienestar evidentes para la generalidad. En tanto esta acepción —cuyo nivel es mayor a la noción de votar y ser votado libremente— no esté en la agenda nacional, no se puede hablar de ruptura del sistema , sino más bien de un reajuste más. Los medios de comunicación masiva, nuestro objeto de estudio, juegan en esto un papel fundamental.

Otro punto de partida es que al escribir el mismo la pretensión mayor no es ofrecer respuestas, sino provocar más preguntas acerca de nuestro sistema social, político y de medios de comunicación masiva , el grado de desarrollo democrático, de nuestra inasible realidad.

### **Importancia de la credibilidad en los medios de comunicación masiva**

La relación existente entre líderes políticos y ciudadanos depende cada vez más de la comunicación de masas, es decir, se transforma en una forma de cuasi-interacción mediada técnicamente, a través de la cual se pueden formar lazos de lealtad y afecto, afirma Thompson .

En el imaginario colectivo de México parecen existir ciertos grados de desconfianza que permiten no dar crédito a los medios de comunicación, sin que esto imposibilite, a mi juicio, la reproducción de valores y actitudes hegemónicas. Por ahora sólo me propongo plantear algunos apuntes para ilustrar la comprensión del sistema político mexicano y el análisis que permitirá extender algunas líneas para demostrar que sigue vigente, si bien sufriendo la más grande de sus crisis.

## **Ideología, poder y otros demonios.**

Al observar las relaciones sociales y de dominación asumimos que la mediación, en particular las de los medios de comunicación masiva, se encuentra afectada por la ideología dominante que impide el tránsito real hacia la democracia.

El poder es entendido como aquella capacidad de doblegar la voluntad de los demás, y agregamos que para lograr poder el hombre ha utilizado una y otra vez toda clase de armas: económicas, políticas, militares, informativas.

Las personas se asocian en organizaciones que se denominan actores sociales. Estos grupos humanos llevan acciones colectivas al interior de un sistema. Es importante identificar las relaciones de fuerza entre ellos, de los cuales existen cuatro grandes familias: el estado, el saber, los medios de producción, la sociedad civil. Nuestro trabajo se ubica en el marco del sistema político mexicano estudiando como actor social al subsistema de los medios de comunicación, cada sistema político da forma y sentido a su subsistema de medios. Los medios de comunicación masiva son medios de producción, entendiendo que estos pueden ser a) de capital y b) simbólica, los cuales son complementarios, pues sólo con la razón de ser instrumental de los segundos es posible la permanencia de los primeros y con ello del sistema político y económico vigentes.

Los hombres, obran siempre tratando de defender sus intereses particulares. La acción humana no puede escaparse de las redes que le tiende el sistema en sus diferentes formas. La realidad no puede verse funcionando con una racionalidad perfecta, sino limitada, donde se puede considerar que el hombre recibe la influencia de su medio ambiente, de ahí que hoy en México la corrupción que emanó del sistema político que permitía un círculo vicioso de poder entre el PRI y el Presidente en turno, permeó a la sociedad en su conjunto hasta arraigarse culturalmente y hoy constituye el obstáculo más difícil hacia la democracia y con ello hacia la modernidad. Existe, pues, una acción colectiva que es fundamental para la sociedad o para la vida.

Este fenómeno es simplemente la acción organizada del hombre. No es un fenómeno natural espontáneo, sino un constructo social creado, inventado y diseñado por los actores sociales, el cual está contextualizado mediante formas de transmisión simbólica.

Los actores sociales intercambian entre sí este tipo de significados creados, valorados y revalorados históricamente. En esta interacción devienen formas de conflicto.

Para determinar los actores sociales es preciso situarnos en un campo determinado y a un nivel específico. Los campos de interacción están casi siempre determinados por sus recursos o capital. Pueden estar formados sincrónica o diacrónicamente, con base en intereses económicos o simbólicos, regidos por toda una red de convenciones que organizan la vida social, tales como recursos, reglas y esquemas que diferencian a cada uno. Cuando son conjuntos específicos y relativamente estables en reglas y recursos, los denominamos instituciones, junto con las relaciones establecidas por y dentro de ellas.

Cuando éstas toman un papel activo se convierten en actores sociales. Los campos de interacción y las instituciones están caracterizados por asimetrías y diferencias relativamente estables denominadas estructuras.

Cuando un actor influye sobre otro, se desencadena una relación de fuerzas. Las confrontaciones se realizan, por lo general, entre más de dos actores, por lo que tanto uno como otro tienen "aliados". La historia parece haber probado que el poder reposaba en manos de los agredidos, quienes finalmente obtuvieron la victoria mediante un hábil manejo de la incertidumbre. Esta lección no sido asimilada por los mexicanos, quienes al legitimar la democracia respaldada sólo en la alternancia y apoyar así a fuerzas políticas que ya forman parte del imaginario colectivo rebautizadas como el viejo PRI (PRD) y el neopri (PAN), corremos el riesgo de imposibilitar el acceso a su noción más amplia. De otro lado, el estadio político actual, lleno de incertidumbre,

podría ser suficiente para un redescubrimiento de la sociedad consigo misma, situación que a mi juicio, tiene altas posibilidades de no manejarse con habilidad, pues no existe antecedente en la historia reciente, salvo las movilizaciones ciudadanas prodamnificados en el Distrito Federal, Acapulco o Chiapas que, sin embargo, cuando se politizan han sido pronto absorbidas por el sistema vía PRD o cualquier otra entidad.

La medición de fuerzas entre los campos, instituciones y actores sociales da lugar a relaciones de poder:

Cuando las relaciones de poder establecidas son sistemáticamente asimétricas, la situación se puede describir como de dominación son [así] cuando los individuos o grupos de individuos particulares detentan el poder de una manera durable que excluye y hasta cierto grado significativo, se mantiene inaccesible, a otros individuos o grupos de individuos, sin considerar las bases sobre las que se lleva a cabo tal exclusión. En tales casos podemos hablar de individuos o grupos dominantes y subordinados, así como de aquellos individuos o grupos que ocupan posiciones intermedias en un campo, en virtud del acceso parcial que tienen a los recursos.

Los actores, que son un grupo en ejercicio de su libertad, no siempre obran como deberían hacerlo, es decir, anteponiendo el bien general sobre el bien particular. Se denominan objetivos de los actores los que corresponden al deber ser y objetivos asociados los que se refieren al ser. Estos objetivos que casi siempre tienen como finalidad el poder, no son explícitos en su mayoría, sino que constituyen una agenda secreta que puede sin embargo explicitarse en el análisis de las acciones de los actores.

Al referirse concretamente a los medios de comunicación, enuncian que de su contenido podemos inferir muchos de los factores que lo forman, es decir, su proceso de producción y el marco social en el que éste se da, así como el tipo de sociedad que produjo el sistema político y por ende, el subsistema de medios de comunicación masiva. Los objetivos asociados de los medios de comunicación masiva, en cuanto actores políticos, tendrían que ver con conceptos como el derecho a ser informado objetiva, veraz, oportuna y diversamente. El análisis de contenido sobre esta línea parece demostrar que frecuentemente no han actuado de esa forma.

Las estructuras sociales evidencian relaciones de dominación cuya sistematización es posible debido al uso de los medios de comunicación como vehículos óptimos de formas simbólicas que construyen un significado posibilitando la hegemonía de un grupo humano, en nuestro caso del originado en la clase revolucionaria. Este concepto es utilizado en el sentido que se le da a la capacidad que tiene un grupo social de ejercer la dirección intelectual y moral sobre la sociedad, su capacidad de construir en torno a su proyecto un nuevo sistema de alianzas sociales, un nuevo "bloque histórico". La noción de hegemonía desplaza a la de clase dominante, cuyo poder residiría por completo en su capacidad para controlar las fuentes del poder económico.

Queda claro que esta noción de grupo hegemónico se correlaciona con el de ideología, fungiendo en algunas ocasiones como variable dependiente pero en muy pocos casos como variable independiente, toda vez que el desplazamiento de un grupo hegemónico puede lograrse al margen del desplazamiento del marco ideológico, como es posible esté ocurriendo en el caso mexicano.

Llegado a este punto es útil mencionar los virajes que el proyecto político heredado de la Revolución Mexicana tuvo como consecuencia del cambio de los actores del poder, para entender los cambios que el sistema político mexicano tuvo que sufrir como consecuencia de crisis generadas desde la globalización y así comprender la negación que se hace de su muerte real.

Justo después de la Segunda Guerra Mundial, la élite política de nuestro país derrochaba optimismo y seguridad en sí misma bajo el liderazgo del Cachorro de la Revolución, Miguel Alemán Valdés.

Las condiciones de crisis para la producción mundial y la necesidad de un reaprovisionamiento en el orbe tras el enorme costo de la guerra hicieron que los países de tercer mundo y particularmente México vivieran un florecimiento a partir de su papel como abastecedores internacionales de cualquier tipo de productos. Esto

fortificó la política nacional de sustitución de importaciones y se personificó , como casi siempre en la historia nacional , en sus gobernantes , iniciando por Alemán. Heredero formal de la Revolución (su padre fue uno de los pocos hombres que lucharon creyendo en la pureza de la guerra civil), es el primer Presidente civil, lo que produce una de las primeras crisis del modelo, pues no sólo rompe con la tradición del poder en la milicia, sino también con los objetivos de justicia social que dieron origen al proyecto armado , como la Primera Muerte de la Revolución Mexicana, significativo por su gran visión prospectiva, crítica de un gobierno que gozó de gran popularidad en los medios de comunicación masiva de su tiempo.

La segunda muerte de la Revolución Mexicana , llegó cuando se hizo innecesario insistir en la tercera vía porque la bipolaridad de la Guerra Fría había desaparecido al perder el socialismo real su batalla frente al capitalismo neoliberal. Caracterizan a esta etapa, que no concluye aún, una nueva alternancia en los actores, pasando el poder de manos de los cachorros de la Revolución a los tecnócratas. Una versión de su final probablemente ocurriría si en el proceso electoral del año 2000 se enfrentan los juniors presidenciales Cuauhtémoc Cárdenas y Miguel Alemán Velasco, quienes personifican la lucha de los padres o si se quiere, el encuentro de las dos primeras etapas del proyecto político que sucede al armado. Esto daría a luz, según algunos, a una nueva era representada en la legitimidad del voto. A mi juicio esto no ilustra sino el triunfo radical de la élite gobernante, al margen de lo que podría representar una ciudadanización de los comicios con figuras con algún otro mérito cívico que el de heredar una casta divina.

Esta etapa además está marcada por el esfuerzo gubernamental por sumar a México a la globalización mundial, sistema que diremos que tiene sus cabezas en las nuevas grandes unidades económicas, cuya única vocación cívica, proclamada con gran esfuerzo de estrategias de creación de imagen, no puede hacer olvidar la ley que las establece: la búsqueda del beneficio y el interés exclusivo por los sectores sociales solventes .

Este nexo indisoluble que todos los partidos políticos en México han expresado con el esfuerzo a esta noción de globalización, es a la luz de este trabajo un fuerte motivo para pensar que la democracia aún está aún lejos de alcanzarse, en el esfuerzo por garantizar la vigencia de estas nuevas grandes unidades económicas, más poderosas que los Estados-Nación, este Sistema no vacila en flexibilizar sus normas al punto de quebrantar la libertad de mercado, argumento principal de su razón de ser.

Campos, actores e instituciones sociales obtienen significado sólo en un contexto construido social , a la luz de la cultura que les da origen , es decir, del "conjunto de creencias, costumbres, ideas y valores, así como los artefactos, objetos e instrumentos materiales, que adquieren sus individuos como miembros de una sociedad . Es en este proceso, en el que las formas simbólicas funcionan como amalgama a través de las cuales actores, campos e instituciones sociales comparten la ideología .

Esto es substancial para intentar alguna descripción de la relación entre el sistema político y el subsistema de los medios de comunicación, a fin de comprender, específicamente en nuestro caso, cómo la herencia cultural y su solidificación durante el presente siglo ha permitido un autoritarismo que se refleja sobre todo en la gran masa social, en los campos sociales y en cualquier nivel de interacción doméstico (ej.: el machismo) y nos sugiere que, dado que la capacidad del cambio reside en los grupos dominados y estos en México no han modificado su planteamiento autoritario original, el cambio radical del sistema político mexicano por uno democrático no es aún concebible, debido a que, como antes apuntamos, la historia también ha demostrado que no es el grupo hegemónico el promotor del cambio en las estructuras sociales.

Al mismo tiempo, esta ideología formada en un marco cultural, gobierna la forma en que los medios de comunicación perciben el entorno y a ellos mismos, constituye su conjunto integrado de marcos de referencia a través de los cuales cada uno de los medios de comunicación masiva mira al mundo y a los que todo el subsistema de los medios de comunicación ajusta sus acciones, convirtiéndolo al mismo tiempo en el principal medio de control ideológico. La influencia de la ideología opera sobre patrones de contenido, trabajadores, procedimientos, organización y factores externos de los medios de comunicación masiva , tales como fuentes y anunciantes, convirtiéndolos en mediadores de la realidad social en beneficio del grupo

hegemónico, pero también mediatizándolos, de modo tal que sus valores y convicciones están sujetos al status quo por paradigmas establecidos mediante rutinas convencionalmente elaboradas y cotidianamente puestas a prueba .

En la segunda parte de este trabajo intentaré describir, otra vez brevemente, cómo entiendo que los medios de comunicación masiva actúan como portadores de la ideología que posibilita esta acción mediatizando la realidad y construyendo la cultura, en donde el periodismo como formato representativo y formal de esa construcción de significado, mantiene a la vez una importancia sustancial. Esto tiene como fin justificar porqué el análisis del contenido de los medios de comunicación masiva en general y de periódicos en particular, pueden aportar datos substanciales sobre la cultura en la que está cimentado el sistema político mexicano, proceso que por su sólida conformación histórica es harto difícil de modificar radicalmente en el paso de pocos años, si bien este texto no aborda trabajo empíricos sobre esta línea.

### **De medios y mediaciones.**

Entenderemos por comunicación de masas "la producción institucionalizada y la difusión generalizada de bienes simbólicos por conducto de la transmisión y la acumulación de información/comunicación". Sus principales características son :

I) la producción y difusión de bienes simbólicos por instituciones que los controlan, fijan, reproducen y mercantilizan, es decir, que tienen objetivos de influir y lucrar, puesto que estas mercancías obtienen un valor en un mercado regulado a su vez por la ideología —estas instituciones utilizan medios técnicos de transmisión que construyen mediante rutinas cotidianizadas—;

II) una ruptura fundamental entre la producción y la recepción de los bienes simbólicos y

III) la ampliación de la disponibilidad de las formas simbólicas en el tiempo y en el espacio mediante el uso de medios técnicos de transmisión, lo que

IV) implica la circulación pública de los fines simbólicos .

El uso de los medios técnicos de transmisión de formas simbólicas produce un impacto interaccional, a través del espacio y el tiempo; afectan las maneras en que los individuos actúan en lugar de otros (en la medida en que los otros para quienes lo hacen pueden constituir un público extendido, disperso y distante en ambas dimensiones) y también las maneras en que los individuos actúan e interactúan en el proceso de recepción, es decir, afectan la organización social de aquellas esferas de la vida cotidiana en que la recepción de los mensajes mediados es una actividad rutinaria.

Por ejemplo, la radio primero y después la televisión afectaron el espacio social doméstico, dando al salón de recepción la acogedora figura central del medio técnico de transmisión de formas simbólicas en torno del cual suele reunirse una familia. Los medios de comunicación masiva no son sin embargo, los únicos agentes mediadores, aunque pueden ser los más importantes, dada su doble facultad diacrónica y sobre la distancia.

La comunicación de masas tiene un carácter central. Surge inicialmente, como hemos dicho, de instituciones que controlan y mercantilizan la difusión de bienes simbólicos, denominadas medios de comunicación de masas. A su vez, estos medios de comunicación masiva se ubican en el mismo espacio que las instituciones del grupo hegemónico, casi siempre en las capitales de los estados o de los países, siempre en ciudades que aglomeran instituciones de este último tipo. Esta cercanía espacial, que es sintomática de la relación del poder y los vehículos de sus formas simbólicas, es característica de los medios de comunicación masiva en México, pero no es única de este país.

Se ha analizado cómo el mapa económico de las comunicaciones coadyuva a proyectar las bondades del

neoliberalismo al mundo entero, con la aglomeración en los países dominantes, de las agencias de información más importantes en el plano internacional .

Se llama a reconocer esta centralidad de la comunicación de masas como lugar para la producción y difusión de la ideología que unifica a una sociedad en torno a un sistema político; afirma que el desarrollo de la comunicación de masas expande en gran medida el alcance de la operación de la ideología en las sociedades modernas, pues permite que las formas simbólicas se transmitan a públicos extendidos, potencialmente grandes y dispersos en el tiempo y en el espacio; y agrega que los diversos medios de comunicación masiva y la naturaleza de las cuasi-interacciones que posibilitan y sostienen, definen parámetros amplios dentro de los cuales adquieren un carácter ideológico los mensajes transmitidos por estos medios.

Las mediaciones producidas en los medios de comunicación masiva son consecuencia de la tensión entre la producción ininterrumpida de aconteceres y la reproducción continua de normas que cada grupo quiere preservar y continuar, en especial el grupo hegemónico, de acuerdo con el modelo ideológico vigente.

Para efectos de nuestro tema se puede definir a la mediación como la actividad que impone límites a lo que puede ser dicho y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema de orden. Las mediaciones pueden o no ser comunicativas y entre estas últimas, la producción pública de información es altamente relevante. Los productos comunicativos son sólo algunos de los proveedores de la información que utilizan los receptores en sus interpretaciones. Las funciones comunicativas que caracterizan a los medios de comunicación masiva se desarrollan en el marco más general de los procesos de mediación social. Dichos procesos intervienen en la elaboración de representaciones colectivas. Aunque es preciso reiterar que los individuos utilizan otras fuentes para entender su presente, la importancia de las empresas informativas en esta comprensión, como estudios en la línea de agenda setting sugieren, es relevante . La selección de los aconteceres destinados a hacerse públicos por parte de estas compañías es arbitraria .

Éste es, en el periodismo, el inicio de la mediación específicamente comunicativa. Los productos comunicativos son objetos y se venden como tal, pero en su comercialización también tienen costo de sobrevivencia los públicos, primero, y las sociedades, después .

El hacer de los mediadores con los medios depende del cambio social en dos sentidos:

- funcionalmente —la presión de lo que ocurre reclama la cesión de un espacio o de un tiempo informativo en los medios de comunicación masiva para dar cuenta del acontecer sociopolítico e
- institucionalmente . La transformación del entorno social establece relaciones entre el sistema político y el subsistema de medios de comunicación. El devenir que desplaza a cada institución mediadora de su posición social, como a cualquier otro sujeto del cambio histórico, ha privilegiado a las instituciones pertenecientes al subsistema de los medios debido a su carácter permanente de objetos ideológicos de transmisión de formas simbólicas en beneficio del grupo hegemónico.

La supervivencia de este tipo de instituciones, se identifica con su capacidad para corregir el rumbo en función de los cambios tecnológicos, sociológicos y políticos. El cambio social está sujeto a la concepción de autorregulación que un sistema político dado, en este caso el mexicano, observa como defensa para su mantenimiento ante ciertos grupos de interés en crisis determinadas.

Se explica esto como resultado de la tarea que los mediadores tienen de establecer, con acierto o con error, los marcos de referencia adecuados para que los actores sociales, incluidos ellos mismos, se sitúen en el cambio. Esta labor supone el desempeño de una doble mediación, denominadas cognitiva y estructural. La primera opera sobre los relatos de los medios de comunicación, ofreciendo a las audiencias modelos de representación. Ofrece seguridad por el recurso a la reiteración de datos de referencia familiares en el relato de lo que ocurre: por esta vía la comunicación es labor de confrontación en las audiencias. En cambio, la mediación estructural

opera sobre los soportes de los medios, ofreciendo a las audiencias modelos de producción de significado. Se diferencia de la anterior por la repetición de las formas estables del relato, vía por la cual la comunicación es labor de institucionalización de los mediadores.

Lo anterior parece sugerir que el mensaje en las mediaciones es que el cambio no afectaría a la continuidad del grupo. Por un lado la mistificación que producen los medios de comunicación de masas, mediando cognitivamente el relato del acontecer cuando ofrecen un modelo de representación del mundo que técnicamente se lleva a cabo simplificando y banalizando los datos de referencia. De otro lado, la ritualización que caracteriza a la confección de productos comunicativos, cuando los modelos de producción comunicativa regulan la mediación estructural, se realiza técnicamente manejando la dimensión relevancia/irrelevancia en la presentación de los datos de referencia.

Proponemos entonces que una forma de investigar la visión de mundo que sostienen los medios de comunicación masiva consiste entonces en ese doble análisis del tratamiento original de los datos de referencia y formas expresivas que organizan estos datos, involucrando ambos tipos de mediaciones. Para ello, el análisis del contenido nos brinda, desde la revisión estructural de los productos comunicativos, la oportunidad de alcanzar la dimensión cognitiva de los actores de los medios de comunicación masiva . Como líneas atrás se dijo, la observación puntual del subsistema de los medios de comunicación masiva desde el análisis de sus contenidos, parece revelar que existe correspondencia entre su dimensión cognitiva y la del sistema político, lo cual fortalece la propuesta de no cambio en la estructura vertical de poder en México.

Preciso es también decir que los medios de comunicación masiva actúan como terceros en sus relaciones con la mayoría de actores sociales. Con base en una supuesta conciencia común los medios de comunicación masiva seleccionan y ponen en escena. Es esta conciencia común lo que antes describimos como modelos comunes a los medios de comunicación masiva . Estos paradigmas se dan tanto en el nivel cognitivo como en el estructural . Los medios de comunicación masiva no sólo enteran de lo que a la vez construyen como actualidad sino que se convierten en escenarios teatrales donde algunos privilegiados actores sociales hacen su puesta en discurso político y social.

El rol de los mediadores de los medios de comunicación masiva es más completo cuanto menor sea la diferencia entre el volumen de los hechos generados por el sistema político y el de los que son producidos por el ambiente social. Este rol también será más completo si el medio de comunicación masiva posee mayores fortalezas en la difusión y consecución de los hechos. Además de su capacidad de provocar hechos por sí mismos. La mediación política de los medios de comunicación masiva se da a través de la difusión de los hechos, su comentario y su contextualización, casi siempre periodísticos.

Las rutinas aprendidas por vía oral y práctica al interior de medios de comunicación especializados en periodismo construyen ciertos valores mediados de lo que es noticia, con lo que han demostrado que a cada momento se siguen estereotipos conformados por paradigmas diseñados a la luz de la ideología construida históricamente en beneficio del grupo hegemónico, de tal manera que cualquier violación a estos estereotipos es tipificada como relato no noticioso . De esta manera podemos afirmar que el mensaje mediador del periodismo fue antes producido en un ambiente fuertemente mediado vía mecanismos ideológicos que benefician al grupo hegemónico.

Por ejemplo, los medios de comunicación masiva necesitan de nombres y rostros conocidos como una exigencia técnica, de modo que los relatos periodísticos tendrán que ocuparse en muy altos porcentajes de los actores del grupo hegemónico y sólo en una pequeña parte del resto de la sociedad, para la cual se supone están confeccionados tales productos comunicativos. El dominio de tales rutinas posibilita a los actores de los medios de comunicación masiva a controlar la realidad, influirla y lucrar con ella, siempre en la misma lógica.

En los medios se da un espacio privilegiado a cualquier tipo de actuaciones de los personajes conocidos. Se convierten además en mediadores entre unos y otros tipos de personajes. El público anónimo forma parte del



espectáculo y lo comenta. Los medios son agentes espontáneos y gratuitos de popularidad. En estas mediaciones se dan flujos de agrado y desagrado, de interés o desinterés. Siendo el periodismo un método de interpretación de la realidad para que el público pueda analizarla, comprenderla, comentarla y en fin, utilizarla mejor, y estando este proceso caracterizado con ese doble mecanismo de mediación, la realidad llega entonces viciada al público, cuyos usos de esta información se darán, por tanto, en este marco de beneficio al grupo hegemónico y en retroalimentación con la cultura y el sistema políticos que da origen a tales productos.

La interpretación periodística proporciona una comprensión de la realidad a través del lenguaje. Posteriormente, se da en el receptor un proceso de interpretación y de significación. Es un proceso que empieza y termina en cada edición. El periodismo, es su método porque :

- selecciona lo que percibe como "interesante",
- interpreta y traduce a lenguaje inteligible cada unidad de la acción externa que decide aislar (noticia), donde distingue además los sucesos más importantes y 3) porque comunica, contextualiza (reportajes y crónicas) y valora (editoriales y comentarios) la realidad.

El método periodístico supone además, que :

I) la realidad se puede fragmentar en periodos que definen el presente social y en

II) unidades (hechos) que pueden ser interpretadas en textos.

III) Como es característico de un mecanismo de control ideológico, según hemos visto casi al principio de este apartado, esta realidad puede asimilarse en tiempos distintos y por un público heterogéneo,

IV) que se sitúa además en un tiempo y espacio determinados (superficie redaccional) y

V) llega a través de un filtro y formas convencionales (géneros). Esto permite que el grupo hegemónico utilice, directa o indirectamente, explícita o implícitamente, voluntaria o involuntariamente, la transmisión masiva de las formas simbólicas mediante productos comunicativos elaborados por los actores de los medios de comunicación masiva mediante una cultura de rutinas aprendidas casi siempre de manera oral e igualmente mediadas.

El periodismo interpreta un fragmento de la realidad. La restricción básica es el tiempo (se interpreta lo más reciente) bajo la figura de la aparición de nuevos productos comunicativos presentados en forma sincrónica.

La reducción del hecho a lenguaje supone la redacción del hecho como noticia (operación lingüística). El lenguaje permite captar la realidad y darle forma. Los medios no dependen de las noticias, sino al revés. Se define en este contexto la noticia como la representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente.

En este sentido el periodismo incluye dos supuestos:

I) los tiempos pueden ser variables (el noticiero puede durar tres minutos o una hora, una noticia puede estar escrita en una breve nota o un reportaje de tres planas) y

II) es objeto y sujeto de interpretación (una persona puede ponerse "al corriente"). Un medio de comunicación comenta e interviene en acciones. El periódico está compuesto en forma de mosaico. El medio escoge las noticias y las da resumidas.

A esa asimilación rápida de la realidad contribuyen los géneros periodísticos, que surgen de los literarios, siendo más urgentes y rápidos. Los géneros son formas rutinizadas. La información y el comentario son dos

necesidades sociales distintas. El texto se puede clasificar según la función que cumple (puede tener una proporción de información y otra de comentario).

Los medios sitúan el pasado a través de estrategias redaccionales. El presente social prolonga la existencia de hechos del pasado. La mediación entre los hechos del pasado y un público presente, hacen que los medios de comunicación masiva nutran el presente social. Los medios prefieren aquellos hechos que puedan prospectarse. La mediación temporal de los medios de comunicación masiva activa la vida social brindándonos periódicamente el presente. El presente social que construyen los medios de comunicación masiva dura como mínimo dos días. Estructuralmente, el ritual de la vida moderna es el de las noticias, el de la información. El círculo de nuestra realidad es construido por los medios de comunicación masiva. Es nuestro contexto. La imagen periodística es la referencia general del presente social.

Como antes vimos, los medios de comunicación masiva no son el único agente mediador. Nuestro primer círculo de realidad es el que nos proporciona nuestro entorno inmediato (círculo vecinal), cuya imagen es construida socialmente. El segundo círculo se crea por la poca accesibilidad a algunas instancias de poder o acontecimientos (círculo de los medios). Entre estos dos círculos se da una interacción, que ha sido medida por algunos autores, y constituye actualmente uno de los debates más populares en el estudio de la comunicación respecto a las soluciones de escape a la cultura hegemónica y que ha originado lo que es denominado como la última de las utopías. Esta aseveración supone que así como existen dos círculos sociales, estos se configuran en espacios de mediación, de modo tal que somos mediados por los medios de comunicación y por nuestros grupos de referencia.

La idea de que este último es el más fuerte permite observar porqué los medios de comunicación en México han fallado en su esfuerzo durante los últimos años por desviar la atención del electorado hacia el PRI. Desde la microvisión de cómo las islas que el sistema mundo fue dejando a su paso han crecido hasta amenazarlo seriamente, la sociedad podría encontrar formas alternativas de comunicación masiva si los actuales medios de comunicación masiva no cumplen con la observación puntual de la verosimilitud en el manejo de sus narraciones y comentarios acerca de la realidad política. De hecho, para oponerse a los efectos del determinismo de la tecnología moderna, que reduce el campo posible de las respuestas y las discusiones por parte de las audiencias, hay que restablecer la "tradicción oral", despertar la memoria y crear las vías de una participación democrática, todos ellos elementos que constituyen la base de la otra forma de comunicación.

La construcción de la realidad social es una actividad profesional mediatizadora, los medios de comunicación masiva no son un espejo de la realidad ni tampoco es una ventana desde la que se perciben los hechos. En cambio, decimos que los medios de comunicación masiva elaboran una realidad que no es sino una ilusión de la misma, de tal manera que habitamos en un mundo virtual, donde los estereotipos se nos dan conforme un modelo de propaganda establecido por la clase dominante. Este método de interpretación de la realidad denominado periodismo se da como un conjunto de noticias que son estructuradas con base en criterios de expectación pública (expectación que ha sido regulada culturalmente) y de requerimientos técnicos.

La realidad social es presentada como un conjunto de noticias (acción) concentrada en píldoras. La estructuración y redacción de esta realidad se da en forma descendente.

No hay un orden cronológico en la presentación de la realidad. Este proceso de construcción de la realidad que beneficia al grupo hegemónico, es legitimado por el público y pagado en mayor medida por los anunciantes, muchos de ellos pertenecientes a este grupo, sobre todo en nuestro sistema político, que colaboró siempre directa y substancialmente en la sobrevivencia de sus medios y periodistas leales. El público es además dependiente de esta información para dar sentido al mundo que los rodea, como por ejemplo sugieren investigaciones en la línea de agenda. La información periodística opera entonces como un "continuum". La sociedad se acostumbró a esa realidad social que le es presentada por la imagen periodística.

Conclusión :

En el actual espacio comunicacional e informativo, los medios condicionan las prácticas, los consumos culturales y reorganizan los escenarios de la vida social. Los medios tienen cada día más a definir el marco del debate público y a imponer ciertos condicionamientos a la presentación de la realidad. Por eso los medios parecen estar suplantando la actividad política; parecen estar todo el tiempo, dándole una forma organizada a los intereses de la gente.

Esto significa que los medios no sólo dominan los asuntos que se discuten en un país, sino que tiene el poder de poner a la gente a pensar sobre estos temas. Esto no quiere decir que los medios pretendan decirle a la gente lo que van a hacer o decir; simplemente significa que los medios eligen y dominan los temas en los que la gente va a pensar y eso significa tener un poder demasiado importante sobre la toma de decisiones. Simplemente informando, los medios adquieren una posición de primera línea en los procesos políticos. Por todo esto los medios deben ser considerados como un vínculo importante de unión entre gobernantes y gobernados.

Los medios en México han creado una sociedad informada, a pesar de todas sus limitantes, han contribuido a alimentar la conversación y la reflexión de los mexicanos sobre asuntos de interés general.

Una opinión pública libre y autónoma existe allí donde los poderes están sujetos a ser criticados sin temor a que tomen represalias.

Pero a pesar de lo anterior es necesario recalcar que la opinión pública en México no se rige únicamente, ni de manera homogénea, por los medios. Más bien existe una opinión pública diversificada, hecha por privados, es decir, por grupos de interés que expresan sus demandas. De esta forma contribuyen y participan en la agenda política del país.

Los medios en México están en proceso de renovación, porque son parte de la transición política y social que se está dando en nuestro país. La competencia por la información ha provocado que exista una cobertura más amplia de la realidad política y social.

Por último y para terminar es necesario señalar que los políticos dependen cada vez más de los medios de comunicación masiva para legitimar su accionar. Es decir, el gobierno necesita de los medios para dar a conocer la plataforma política en la que se sustenta. Por eso los medios deben ser considerados por los políticos por una herramienta gubernamental más que como un canal de transmisión.

## Libros

Alger, Dean E., *The Media and Politics*

Prentice-Hall, New Jersey, 1989

Curran, James, *Sociedad y comunicación de masas*

México D.F. FCE, 1986

Crovi, Delia (comp), *Cultura política, información y comunicación de masas*,

Puebla, México, Alas 1996

De Fleur, Melvin y Lowery, Shearon, *Milestones in mass communication research*,

Longman Inc, Nueva York, 1983.

De Fleur , Melvin Everrette , Dennis , Understanding mass communication ,  
Houghtown Mifflin Company Nueva York , 1981

Dye , Thomas y Zeigler , Harmon . American politics in the media age .  
Brooks /Cole publishing company . California . 1989

Frederick , Howard . Global communication & international relations  
California , Wadsworth , 1993

Gili , Gustavo , Formación y funciones sociales de la opinión pública ,  
Ed. Gustavo Gili , Barcelona , 1983

Graber , Doris . (comp) Poder de los medios en la política ,  
Buenos aires GEL , 1986

Hebermas , J. Historia y crítica de la opinión pública  
Ed. Gustavo Gili , Barcelona , 1981

McQuail , Denis , Mass communication theory ;an introduction ,  
Sage publication , Londres , 1994

McQuail , Denis , The influence and effect of mass media ,  
Free press , Nueva York , 1991

McQuail , Denis , Sociología de los medios masivos de comunicación  
Ed. Pardos , Buenos Aires , 1979

Brunner Ried , José Joaquín , Comunicación y política en la sociedad democrática en Contribuciones  
núm. 2 abril – junio 1996

Trejo Delarbre , Raúl , El reloj de dos caras Etcétera semanario de cultura y política ,  
núm. 20 México DF 28 de noviembre de 1996

Trejo Delarbre , Raúl , Mercado , frivolidad , destape ; medios y política en México  
En Contribuciones núm. 2 , abril – junio 1996

Trejo Delarbre , Raúl , Televisión y democracia : el difícil cambio  
En Gobiernos , núm. 3 , agosto – septiembre , 1994 , México DF

- Trejo Delarbre , Raúl , Idilo y rivalidad en Etcétera semanario política y cultura ,  
núm. 202. Mexico DF , 12 de diciembre de 1992
- Bourdieu, P. (1990). Sociología y cultura. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Grijalbo.
- Borrat, H. (1989). El periódico, actor político. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Chomsky, N. (1990). Ilusiones necesarias: Control del pensamiento en las sociedades democráticas. Madrid: Ed. Libertarias/Prodhufi.
- Chomsky, N. y Herman, E. S. (1990). Los guardianes de la libertad: Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas. Barcelona: Grijalbo Mondadori.
- Chomsky, N. y Steffan H. D. (1990). La sociedad global: Educación, mercado y democracia. México: Editorial Joaquín Mortiz/Grupo Editorial Planeta.
- Díaz Guerrero, R. (1972). Estudios de psicología del mexicano. México: Trillas
- Gil Bolívar, F. A. (1996). Periodística comparada. Manuscrito, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Estado de México.
- Gil Bolívar, F. A. (1995). Juego de actores y estructura de poder. Manuscrito, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Estado de México.
- Huerta Wong, J. E. (1998). Apuntes para una controversia de la transición democrática desde la relación sistema político mexicano y medios de comunicación: Prensa comparada y elecciones municipales de 1997 en Veracruz. Tesis de licenciatura, Universidad Cristóbal Colón, Veracruz, Veracruz.
- Lipman–Blumen, J. (1984). Gender roles and power. New Jersey: Prentice–Hall.
- Martín Serrano, M. (1994). La producción social de comunicación. México: Editorial Patria/Alianza Universidad.
- Martín Serrano, M. (1978). Métodos actuales de investigación social. Madrid: Akal Editor.
- Mattelart, A.y Mattelart, M. (1997). Historia de las teorías de comunicación. Barcelona: Paidós.
- Meyer, L. (1992). La segunda muerte de la Revolución Mexicana. México: Cal y Arena.
- Moragas, M. (1981). Teorías de la comunicación. Barcelona: Gustavo Gili.
- Musacchio, H. (1993). Gran diccionario enciclopédico de México (Tomo I). México: Visual.
- Philips, A. (1996). Género y teoría democrática. México: Instituto de Investigaciones Sociales/Programa Universitario de Estudios de Género UNAM.
- Riding, A. (1985). Vecinos distantes: Un retrato de los mexicanos. México: Joaquín Mortiz/Planeta.
- Rodríguez Castañeda, R. (1993). Prensa vendida (2 ed.). México: Editorial Grijalbo.

Rogers, E. (1983). Diffusion of innovations. New York: Free Press.

Shoemaker, P. J. y Reese, S. D. (1994). La mediatización del mensaje: Teoría de las influencias en el contenido de los medios de comunicación. México: Editorial Diana.

Thompson, J. B. (1993). Ideología y cultura moderna: Teoría crítica y social en la era de la comunicación de masas. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Leo W. Jeffres , Mass media :Processes and effects . Waveland Press , Inc. Chicago 1986 P.1.

Para este trabajo , la internet no se considera un medio masivo de comunicación por no estar al alcance de toda la población.

Denis McQuail, The influence and effect of Mass Media . The Free Press . Nueva York , 1991 , p.261

Jeffres , Op. Cit. P.13

Ibid , p.14

McQuail , Op. Cit. , p.267

Ibid,p.268

Thomas Dye , American politics in the media age . Brooks / Cole publishing , Co. 1989. P.5

Eduardo Fernández , Medios de comunicación : ¿Sustitutos de la actividad política? Contribuciones , núm. 2 abril – junio 1996 , p.27

Thomas Dye , Op. Cit , p.p. 20 – 23

Ibid , p. 21

José Joaquín Brunner Ryed , Comunicación y política en la sociedad democrática en contribuciones num. 2 de abril – junio 1996 , p.8

La programación de la televisión mexicana está llena de este tipo de programas , nacionales (ciudad desnuda , a través del video , hasta en las mejores familias , entre otros) e importados (primer impacto) , donde hay un cambio del sujeto narrador y este es el verdadero acontecimiento .

Raul Trejo Delarbre , El reloj de dos caras etcétera semanario de política y cultura , número 200 , México DF , 28 de noviembre de 1996 , p.6

En México son pocos los medios que tienen un alcance verdaderamente nacional , (solo la televisión y algunos medios gráficos) por eso se requiere que exista una infraestructura de medios (sobre todo radiofónicos) que lacance a todo el territorio y que no excluya a nadie de su ejercicio del derecho de ser informado .

Raúl Trejo Delabre , Mercado , frivolidad , destape , medios y política en México en Contribuciones núm. 2 abril – junio 1996 p. 145

Ibid. P.146

Las negociaciones han proseguido durante estos últimos tres años ; significativamente , ese diálogo ha dejado de ser noticia en los medios de México y el mundo porque transcurre , en términos generales , sin sobresaltos importantes . Aquí , como en tantas otras experiencias internacionales , puede comprobarse que los acontecimientos malos y estruendosos son buenas noticias , en tanto que los compromisos y la distensión de los conflictos , no alcanzan el rango de espectacularidad requerido por los medios .

Fue una apertura nueva , aunque para muchos no del todo satisfactoria .

Datos sacados del artículo de Raúl Trejo Delarbre Televisión y democracia : el difícil cambio en Gobiernos num.3 agosto – septiembre 1994 México D.F. p. 51

El IFE es la autoridad principal en la organización y sanción de los comicios y que por primera vez estuvo regido por un consejo de ciudadanos sin adscripción partidaria .

Por otra parte Televisa obsequió tiempo adicional a otras fuerzas como respuesta a las críticas por la unilateralidad política de los medios privados que acostumbraban favorecer al gobierno del Partido Revolucionario Institucional .

Primero de Luis Donaldo Colosio, el candidato presidencial priísta y luego José Francisco Ruiz Massieu, secretario general del PRI

Trejo Delarbre, Op. Cit. Contribuciones, p.149

Pero esto no quiere decir todavía, pues hacen falta investigaciones más profundas y especializadas sobre el tema, que los medios estén sustituyendo a los partidos. Este es un asunto muy complicado, donde intervienen innumerables factores y del cual no se puede hablar con ligereza.

Eduardo Fernández, Medios de comunicación: ¿Sustitutos de la actividad política?, Contribuciones, núm.2 abril–junio , 1996, p.30

En México han existido numerosos diarios sin lectores. En la ciudad de México existen 25 diarios. Entre todos, no tienen una venta real mayor a 450 mil ejemplares. La prensa escrita tiene en México muy pocos lectores. Es de y para las élites. Y aún así, salvo excepciones , es muy discutible.

Trejo Delarbre Op. Cit. Contribuciones, p.150

Trejo Delarbre, Raúl La Expresión Pública Problemas de la Realidad Mexicana Contemporánea ITAM, México D.F. 1994, p.427

Ibid , p.430

Ibid , p.428

Philips, 1996

Philips, 1996; Lipman–Blumen, 1984

Gil Bolívar (1995) citando a Boudon, Bourer

Gil Bolívar añade que en cualquier interrelación de actores está presente la imagen bélica, pues las acciones colectivas dan lugar a posicionamientos similares a los de una partida de ajedrez.

(cfr. Acosta Valverde y Parra Rosales, 1994; Aguayo Quezada y Acosta, 1997; Huerta Wong, 1998).

lo que Cosío denominó en un ya clásico ensayo escrito en 1947 bajo el título *La Crisis de México*,

concebida por Thompson "en términos de las maneras en que el significado activado por las formas simbólicas sirve para establecer y sostener las relaciones de dominación" (p. 21), es decir, posibilitando la acción del grupo hegemónico.

1