Medios de comunicación en México: entre el autoritarismo de Estado y el autoritarismo de mercado[*]

Jorge Bravo[**]

Resumen

Con base en la teoría autoritaria de la prensa de Fred S. Siebert, el artículo analiza la actuación que desempeñan los medios de comunicación de masas en los regímenes autoritarios. El modelo teórico se aplica al sistema de medios mexicano en donde las instituciones mediáticas han guardado una estrecha relación simbiótica con el poder político y han sido un reflejo fiel de las estructuras de poder autoritarias imperantes. Asimismo, se examina el impacto del libre mercado en el desempeño de los medios de comunicación y cómo pone en peligro la libertad de expresión, asimilándose a un autoritarismo de tipo tradicional.

Abstract

Based on the authoritarian theory of the press by Fred S. Siebert, the article analyzes the performance realized by the communication mass media in authoritarian regimes. The theoretical model is applied to the system in the Mexican media where the media institutions have kept a close symbiotic relationship with the public power and have been a loyal reflection of the structures of authoritarian power in function. Also, it analyzes the impact of the free market on the unemployment of the communication media and how it endangers the freedom of speech, whereby it is assimilated to an authoritarianism of a traditional type.

Palabras clave: autoritarismo, medios de comunicación, teoría autoritaria de la prensa, libre mercado.

[*] Agradezco a Alberto Dallal los atinados comentarios para la publicación de este artículo.

[**] Universidad Nacional Autónoma de México, Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales, Circuito Mario de la Cueva s/n, Ciudad Universitaria, col. Copilco Universidad, delegación Coyoacán, C. P. 01045, México, D.F.

—¿Nos vamos con él, o contra él?
—Eso ni se discute. Ponte al lado del gobierno.
Juan Rulfo[***]

Introducción

Este artículo se propone analizar el sistema de medios de comunicación mexicano a través de la teoría autoritaria de la prensa de Fred S. Siebert,[1] misma que forma parte de las llamadas teorías normativas de los medios de comunicación las cuales procuran explicar "cómo *deberían* actuar los *media* o cómo *se espera* que actúen".[2] Por *actuación* se entiende la manera como los medios de comunicación desempeñan sus funciones básicas de información, educación y entretenimiento en una sociedad específica.

La tesis principal de las teorías normativas plantea que los *mass media* "siempre toman la forma y la coloración de las estructuras sociales y políticas dentro de las cuales actúan".[3] En este sentido, "los *media* son tanto un producto como un reflejo de la historia de su sociedad, en cuya configuración han intervenido".[4] En suma, los sistemas de medios llevan la impronta de las estructuras de poder –político, económico, social y cultural– donde operan.

Si bien esa teoría exhibe insuficiencias derivadas de su carga político-ideológica así como del lapso transcurrido desde su publicación (la teoría se formuló en 1956),[5] sus premisas aún resultan pertinentes para analizar y comprender la actuación de los medios de comunicación de masas en nuestro país, tanto por la naturaleza y características propias del sistema político mexicano durante la prolongada hegemonía del régimen autoritario priísta como por la deficiente calidad de la democracia mexicana alcanzada tras la alternancia política en el año 2000.

De esta manera, se hará notar que la actuación de la prensa, la radio y la televisión en México son un reflejo fiel de las estructuras de poder imperantes; que ha predominado un autoritarismo de tipo tradicional hacia los *mass media* cuyo principal agente movilizador ha sido el Estado y que el autoritarismo adopta matices modernos en los cuales la búsqueda de ganancias económicas propicia que los emporios mediáticos pongan en riesgo la libertad de expresión que tanto dicen defender y, por lo tanto, esas empresas de comunicación ejercen su propio autoritarismo no muy distinto de aquél que durante tanto tiempo han practicado tradicionalmente las instituciones del Estado.

Qué es el autoritarismo

El autoritarismo es un concepto perteneciente a la ciencia política. No es una forma de gobierno; es, más bien, una forma de ejercer el poder –entendido éste en un sentido amplio– en determinado régimen político. No está ligado a los fines del poder sino a la manera como éste se ejerce. Cabalmente, el autoritarismo es un exceso y un abuso de autoridad que aplasta a la libertad. Es una degeneración de la autoridad legítima, la cual posee un sentido positivo y resulta indispensable en cualquier régimen político.[6] Se opone a la democracia

[***] *Pedro Páramo*, México, Fondo de Cultura Económica, 1955. N. E.

[1] Fred S. Siebert *et al.*, *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*, Urbana, University of Illinois Press, 1956.

[2] Denis McQuail, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, tercera edición revisada y ampliada, Barcelona, Paidós, 2000, p. 196.

[3] F. S. Siebert y Theodore Peterson, *Tres teorías de la prensa en el mundo capitalista*, Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 1956, p. 9.

[4] D. McQuail, *op. cit.*, p. 195.

[5] Para una revisión y crítica de la teoría autoritaria de la prensa de Siebert, *vid. ibid.*, pp. 204-215 y James Curran, *Medios de comunicación y poder en una sociedad democrática*, Barcelona, Hacer, 2002, pp. 175-175.

[6] Para entender el sentido de autoridad y diferenciarlo del autoritarismo, *vid.* Giovanni Sartori, *Teoría de la democracia. 1. El debate contemporáneo*, Madrid, Alianza Editorial, 2001, pp. 229-237.

porque restringe, coarta o supedita las libertades políticas esenciales del Estado de derecho democrático: la libertad de expresión, de prensa, de reunión, de asociación.

Allí donde no se respetan, están limitadas o son imperfectas las condiciones básicas de un régimen democrático (sufragio universal adulto; elecciones regulares libres, competitivas y justas; sistema de partidos y medios de comunicación libres e independientes;[7] y que las instituciones democráticas, los derechos y el proceso de toma de decisiones no estén restringidos ni condicionados por las elites no elegidas ni por poderes externos[8]), entonces hablamos de autoritarismo.

El politólogo español Juan Linz ha propuesto que los regímenes autoritarios son sistemas con un pluralismo político limitado y no responsable; sin una ideología elaborada y propositiva; sin una movilización política intensa o vasta (excepto en algunos momentos de su desarrollo); y en los que un jefe (o tal vez un pequeño grupo) ejerce el poder dentro de los límites que formalmente están mal definidos pero que de hecho son fácilmente previsibles.[9]

Por su parte, Mario Stoppino plantea que los regímenes autoritarios "surgen en sociedades que se caracterizan por una modernización (política y económica) todavía muy débil y obstaculizada por graves estrangulamientos sociales y tienden a reforzar y a hacer incisivo el poder político para superar las *impasses* en la senda del desarrollo".[10] Dichos regímenes propician el fortalecimiento del poder personal, la permanencia de fuerzas sociales conservadoras y tradicionales y el atraso general de la estructura social y de la cultura política de los ciudadanos.

Es importante el planteamiento de Stoppino acerca del grado de desarrollo económico porque éste constituye uno de los factores primordiales que propicia que los medios de comunicación de masas se vean obligados, en determinado momento, a comprometer su independencia informativa. El escaso desarrollo económico está también estrechamente vinculado al grado de autoritarismo que alcance un gobierno determinado, o más 'duro' o más 'blando', según la caracterización de Guillermo O'Donnell.[11] Como sostiene Adam Jones: "En las sociedades de escasos recursos, el Estado-régimen tiene el monopolio de los materiales y servicios especiales para el funcionamiento de los medios. En un sentido positivo, será capaz de canalizar una amplia gama de incentivos y subsidios hacia las instituciones favorecidas: aquellas que no posee directamente."[12]

Los sistemas políticos autoritarios, insiste Stoppino, "privilegian el aspecto del mando y menosprecian de un modo más o menos radical el del consenso, concentrando el poder político en un hombre o en un solo órgano y restando valor a las instituciones representativas; de ahí la reducción a la mínima expresión de la oposición y de la autonomía de los subsistemas políticos y la anulación o la sustancial eliminación del contenido de los procedimientos y de las instituciones destinadas a transmitir la autoridad política desde la base hasta lo alto".[13]

En suma, el autoritarismo propicia instituciones carentes de libertad o autonomía. Los rasgos definitorios del autoritarismo antes mencionados nos permiten suponer cuál es el papel que desempeñan los medios de comunicación en un régimen político con esas características. En casos extremos, los regímenes dominantes y dominadores pueden llegar a emplear la violencia para amordazar, limitar la libertad de prensa y de expresión y ejercer un control directo o velado sobre los medios de comunicación, sus propietarios y los periodistas.

Así entendido, en un régimen autoritario un medio de comunicación sigue en mayor o menor medida el punto de vista de su dueño, ya sea el Estado o un empresario.

---

[7] Robert Dahl, *La poliarquía. Participación y oposición*, Madrid, Tecnos, 1997, p. 15.

[8] Phillip H. Schmitter y Terry Lynn Karl, "What Democracy Is... and Is Not", en Larry Diamond y Mark F. Plattner (eds.), *The Global Resurgence of Democracy*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1996, pp. 49-62 (pp. 45-46).

[9] Juan J. Linz, *Totalitarian and Authoritarian Regimes*, Londres, Lynne Rienner Publishers, 2000, p. 159.

[10] Mario Stoppino, "Autoritarismo", en Norberto Bobbio *et al.*, *Diccionario de política*, tomo I, trad. Raúl Crisafio, México, Bogotá, Siglo Veintiuno Editores, 1984, pp. 143-155 (p. 153).

[11] Guillermo O'Donnell y Philippe Schmitter (eds.), *Transiciones desde un gobierno autoritario 4. Conclusiones tentativas sobre las democracias inciertas*, Barcelona, Paidós, 1986, pp. 32-35.

[12] Adam Jones, "Hacia un modelo comparativo del funcionamiento de la prensa", en *Política y Gobierno*, vol. VIII, núm. 8, segundo semestre de 2001, pp. 443-493 (p. 446).

[13] N. Bobbio *et al., op. cit.*, p. 143.

La teoría autoritaria de los medios de comunicación

Según Siebert, la teoría autoritaria de la prensa es la más antigua y la más socorrida; ella "ha determinado el molde de comunicación de masas para más gente durante mayor cantidad de tiempo, que cualquier otra teoría sobre el control de la prensa".[14] Surgió a finales del Renacimiento, poco después de la invención de la imprenta hacia 1450. Las monarquías absolutistas de Europa, el fascismo italiano, el nazismo y los gobiernos de América Latina, entre otros países subdesarrollados, fueron regímenes que aplicaron en todos sus postulados, y con todas sus consecuencias, la teoría autoritaria de los medios de comunicación.

La teoría autoritaria se diferencia tajantemente de las doctrinas libertarias sobre la libertad de prensa y de expresión. La base filosófica sobre la cual descansa el "libre intercambio de ideas" –desde John Locke, John Milton y John Stuart Mill, entre otros pensadores liberales– es ajena a la doctrina autoritaria. La idea de que la prensa constituye un contrapeso al abuso del poder gubernamental y se erige en un perro guardián de la libertad de expresión, como sostiene el pensamiento liberal, no tiene sentido para el autoritarismo.

La teoría autoritaria de Siebert plantea la existencia de una relación vertical-descendiente, de arriba hacia abajo, en el funcionamiento de la prensa y de los medios de comunicación de masas. Lo mismo se puede decir de los flujos de comunicación política, los cuales, según Richard Fagen, se relacionan directamente con un tipo de régimen político democrático, autoritario o totalitario.[15] En el caso del autoritarismo, el flujo de comunicación se produce a partir del grupo gobernante hacia los ciudadanos pero sin la posibilidad real de que estos últimos transmitan mensajes en el mismo sentido. Raúl Trejo sostiene, por lo demás, que la comunicación de masas es autoritaria por antonomasia, pues en ella sólo unos cuantos individuos difunden mensajes para muchos.[16]

Para la filosofía autoritaria, los medios de comunicación de masas, como instituciones, deben estar controlados y subordinados en sus funciones y en su actuación al poder del Estado, a los intereses de la Elite política y al gobierno en turno; no deben socavar la autoridad ni el orden establecido ni mucho menos ofender, criticar o poner en duda los valores morales y políticos dominantes.[17] El argumento central de la teoría es que la autoridad descansa en el Estado y que "todos los factores que actúan dentro [de él] deben promover los objetivos y las políticas" del mismo.[18] Dichos objetivos están determinados por un gobernante o por una cúpula. "La aplicación de la teoría autoritaria suele estar diseñada para proteger al orden social establecido y a sus instancias, poniendo límites a la libertad de los medios de comunicación."[19]

Según el grado de autoritarismo imperante, los gobiernos pueden contentarse con evitar que los medios critiquen directamente a los dirigentes en turno y a sus proyectos. Cierta benevolencia de los políticos autoritarios permite, tolera, y por momentos propicia, una divergencia general referente a los principios políticos sobre los cuales descansa el sistema, pero no se tolera la tentativa abierta de echar abajo a las autoridades. Las voces opositoras que pueden llegar a existir en los regímenes autoritarios dependen en muchos casos de la buena voluntad o de la indiferencia de los gobernantes.

Para un profesor de periodismo de la Universidad Estatal de Moscú, Yassan Zassoursky, lo importante para la concepción autoritaria es su enfoque instrumental. "Los medios de comunicación son considerados una *herramienta*, sea ésta un hacha, un látigo o incluso 'promesas' pero un instrumento al fin [...] en manos de los poderosos: los gobernantes casi siempre."[20]

La teoría autoritaria justifica que los medios se sometan a ciertos controles por parte del gobierno y no deben interferir en los fines esenciales de la sociedad a través del Estado a menos que decidan –por voluntad propia o por imposición del régimen– respaldar esos mismos principios. En este sentido, los regímenes autoritarios no contemplan un protagonismo excesivo de los medios de comunicación. Como bien señala Siebert:

[14] F. S. Siebert y T. Peterson, *op. cit.*, p. 17.
[15] N. Bobbio *et al.*, *op. cit.*, p. 263-268.
[16] Raúl Trejo Delarbre, *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos.* México, Cal y Arena, 2005, p. 149.
[17] F. S. Siebert, "Teoría autoritaria de la prensa", en F. S. Siebert y T. Peterson, *op. cit.*, pp. 28-35.
[18] *Ibid.*, p. 35.
[19] D. McQuail, *op. cit.*, p. 205.
[20] Citado en A. Jones, *op. cit.*, p. 446.

"Cuando el [dirigente de carácter] autoritario considera las funciones de los medios de masas, ya ha determinado sus propósitos básicos de gobierno. Inevitablemente, dichos propósitos controlan a la vez su actitud hacia los aspectos culturales y políticos de la comunicación."[21]

Cabe mencionar que los gobiernos autoritarios modernos (con excepción del fascismo italiano o el totalitarismo alemán) y contemporáneos no se consideran a sí mismos autoritarios, antes al contrario. Una peculiaridad del autoritarismo (en México y en cualquier otra latitud donde echa raíces) es que opera con bastante frecuencia dentro de un marco formal democrático que niega, en el discurso político oficial, cualquier forma de abuso del poder. Por lo general, en esos países las constituciones establecen una estructura democrática del régimen pero en la práctica el ejercicio del poder y el fundamento de las instituciones son de naturaleza autoritaria. En este sentido, no es extraño que los gobernantes exalten en cada oportunidad su respeto irrestricto a la libertad de expresión y de prensa. Así pues, el autoritarismo permite , como una de sus mayores 'virtudes', cierto juego político, aunque sea para guardar las apariencias, es decir, concentra el poder pero permite ciertas válvulas de escape para mantener el *statu quo* y, a la vez, conseguir legitimidad que conserve a la elite política en las posiciones de poder.

Lo anterior no pasa desapercibido a Siebert, quien afirma: "con frecuencia las doctrinas libertarias resultan simplemente la fachada detrás de la cual los gobiernos siguen prácticas autoritarias. [Estos regímenes] indican que la creencia en la libertad de expresión es una convicción popular tan arraigada por todas partes, que los países poseedores de medios de información siempre afirman que tienen una prensa libre".[22]

En México, la celebración oficial de ese derecho político que es la libertad de expresión se celebraba cada 7 de junio desde 1951.[23] Ese día, el presidente de la República se reunía con los periodistas y con los dueños de los diarios y revistas nacionales para renovar su compromiso y el de su gobierno con la libertad de expresión. Cada año, la retórica y los discursos de los gobernantes se repetían al tiempo que los mecanismos de presión y de censura cumplían con el cometido de coartar o limitar la libertad de expresión.

Así pues, en los regímenes autoritarios se hace un uso deliberado de los *mass media* como instrumentos al servicio del poder político y de la dirigencia dominante. En ciertos casos, el Estado ha asumido el control directo –mediante nacionalización o creación *ex profeso*– de algunas empresas de comunicación que le sirven como voceros oficiales, ya sea que se trate de publicaciones periódicas o de estaciones de radio y/o televisión.[24]

Históricamente, con mayor o menor intensidad, el Estado siempre ha participado activamente en el proceso de comunicación de masas. Su retirada de la emisión directa de mensajes, sobre todo a través de los medios electrónicos, es un fenómeno reciente con base en la filosofía neoliberal que defiende una participación mínima del Estado en una economía de mercado autorregulado. Ese abandono de ciertas actividades que tradicionalmente había desempeñado el Estado, vinculadas al control de los medios de comunicación de masas, en especial la radio y la televisión, ha ocasionado, entre otras cosas, que el control sobre las transmisiones de los medios de comunicación haya pasado de los gobiernos a los propietarios y/o concesionarios privados de los conglomerados de comunicación.

Con el surgimiento de la radiodifusión nació la necesidad de establecer quiénes tenían el derecho y la obligación de utilizar los medios electrónicos. La compleja y costosa estructura de la radio y la televisión propició una ardua e histórica discusión sobre los modelos a implementar: el monopolio de la propiedad estatal como en la mayor parte de Europa; la opción

[21] F. S. Siebert y T. Peterson, *op. cit.*, p. 27.

[22] *Ibid.*, p. 40.

[23] La entrega del Premio Nacional de Periodismo inició el 7 de junio de 1951 cuando editores de diarios y revistas organizaron, en el restaurante El Grillón de la ciudad de México, un banquete en honor del presidente Miguel Alemán Valdés para celebrar el ejercicio de la libertad de expresión. Aun antes de ese demagógico reconocimiento, los discursos oficiales siempre habían exaltado la libertad de expresión cuando en la realidad periodística del país ocurría todo lo contrario. Desde el 2001, el mandatario en turno dejó de encabezar la ceremonia del Día de la Libertad de Expresión. Ahora, la entrega del Premio Nacional de Periodismo es organizada por un comité ciudadano independiente del presidente y del gobierno en turno.

[24] Es importante aclarar que en un sistema político democrático, la existencia de medios de comunicación públicos no necesariamente implica un control autoritario sobre los mismos y la información que socializan. Si bien no es una regla generalizada, en ocasiones los medios públicos gozan de una mayor autonomía con respecto al poder político en comparación con los *mass media* privados. Tanto la programación habitual como los contenidos informativos pueden llegar a ser, y a menudo lo son, de mayor calidad e independencia.

semi-independiente como el sistema de la British Broadcasting Corporation (BBC) del Reino Unido, basado en una sociedad pública; o bien el modelo comercial estadounidense, autónomo del control gubernamental directo pero sujeto a la vigilancia legal del Estado.

En todos los casos el autoritarismo ha sabido dar respuestas flexibles para ejercer un control directo o velado sobre los medios de comunicación. Una primera política de Estado ha sido la reglamentación sobre la radio y la televisión (inicialmente de la prensa), sobre todo por la penetración que tienen esos medios en la población y porque la transmisión de contenidos no restringe su alcance a un límite territorial, sino que lo excede. La misma naturaleza de los medios electrónicos propicia la intervención del Estado porque la transmisión de mensajes requiere el empleo de ondas electromagnéticas cuya oferta es limitada y requiere de la autorización del Estado. En países como México, donde el espectro radioeléctrico es propiedad de la nación, el otorgamiento de permisos y concesiones para operar estaciones de radio y/o televisión siempre ha sido una facultad discrecional del Ejecutivo. A través de ella, los gobernantes priístas supieron y lograron subordinar durante décadas a los concesionarios de la radiodifusión.

Ya sea que se trate de la propiedad estatal o del modelo empresarial, los gobiernos autoritarios siempre han puesto en práctica una serie de sutiles mecanismos de presión y de censura para someter a los medios, a sus propietarios y a los periodistas, con el fin de que respalden, o por lo menos no critiquen acremente, las políticas del régimen o los intereses del gobierno en turno y ayuden, en cambio, a fomentar los objetivos culturales y políticos de la autoridad. Siebert sostiene que el problema más importante en la mayoría de los sistemas autoritarios era establecer restricciones y controles efectivos sobre los medios dirigidos por particulares. "Las naciones occidentales ensayaron numerosos métodos con grados variables de éxito y puede decirse que ningún método único de control tuvo éxito durante un periodo prolongado de tiempo."[25]

De esta manera, uno de los métodos para asegurar un trato favorable a las políticas de los gobiernos autoritarios ha sido el otorgamiento de licencias, permisos y/o concesiones en el caso de la radiodifusión. La censura ha sido otro mecanismo. "Estos métodos indirectos de control sobre los medios de comunicación de masas tienen la ventaja de aquietar los ataques provenientes de fuentes libertarias, ya que por lo general resulta difícil –si no imposible– rastrear la fuente de corrupción";[26] o simplemente los mecanismos se hallan bajo una sombra legal que los 'justifica' y 'legitima'.

Como ya se mencionó, los periodistas y los empresarios de las instituciones mediáticas están igualmente subordinados a las estructuras de poder político imperantes y carecen de una auténtica independencia informativa. "La teoría autoritaria justifica la censura previa [destinada a ocultar los hechos que pudieran herir a quienes detentan el poder] y el castigo por desviación de las orientaciones externas, cuya aplicación más probable se hallará en el campo de la política o en cualquier otro de claras implicaciones ideológicas."[27]

Un aspecto que Siebert incorpora a la teoría autoritaria es un importante matiz que 'exonera' al Estado (mandatarios, gobiernos y partidos) como el *único* controlador autoritario de los medios de comunicación. Si bien los dirigentes políticos, los gobiernos y los partidos no han cesado en su empeño, cada día más complicado, de controlar a los medios, la tendencia actual es que un puñado de poderosos empresarios asuma ese mismo control de las empresas de comunicación con base en sus intereses económicos. De tal manera que estar a salvo de la injerencia del Estado ya no resulta suficiente para garantizar a los seres humanos la libre expresión de sus opiniones e ideas. La concentración y el monopolio mediáticos se han convertido en el más reciente obstáculo a la libertad de expresión; sin mencionar la estulticia en la cual han caído los contenidos de las emisiones de radio y televisión para tener mayor audiencia; o bien el uso y abuso de un periodismo de corte sensacionalista para tener más lectores y, por añadidura, mayores ganancias económicas.

Medios de comunicación de masas y autoritarismo en México

El autoritarismo de Estado

Independientemente de los excesos en los cuales están incurriendo los medios de comunicación en la sociedad contemporánea, sobre todo de propiedad privada, y aunque disfruten de mayor o menor autonomía con respecto a las instancias gubernamentales, la sombra

[25] F. S. Siebert y T. Peterson, *op. cit.*, p. 28.

[26] *Ibid.*, p. 35.

del Estado siempre representa una espada de Damocles que, atenta, pende para guillotinar la libertad de expresión en el momento que sea necesario.

Ya sea que se trate de autoritarismos 'duros' o 'blandos', los medios de comunicación de masas son utilizados para encauzar el apoyo de las muchedumbres a los líderes y movilizarlas a favor de las políticas del régimen. Desde luego que mientras más duro e intolerante sea el régimen, menor será el margen de maniobra y la independencia de la prensa y de los medios de comunicación electrónicos.

Durante la larga hegemonía priísta, la relación entre los dueños y/o concesionarios de los medios de comunicación y el gobierno fue de carácter simbiótica, de mutua interdependencia. Salvo excepciones, fue asimismo un reflejo fiel de las estructuras de poder autoritarias imperantes. "Lejos de ser interlocutores o contrapesos del poder como lo son en sociedades democráticas, en México los medios de comunicación eran verdaderas comparsas del gobierno."[28] En el caso mexicano la estrecha colaboración de los medios de comunicación con el régimen autoritario se dio porque los propietarios de los medios formaban parte, en mayor o menor medida, del sistema de poder.

Una declaración emblemática de la relación, ya muy deteriorada, de la prensa con el poder político, se dio en 1982 cuando el entonces presidente mexicano, José López Portillo (1976-1982), en la tradicional entrega del Premio Nacional de Periodismo, reclamó a los editores de los periódicos su falta de solidaridad con el gobierno, recordándoles que éste los financiaba en buena parte con la propaganda oficial y que, por lo tanto, resultaba una perversión sadomasoquista que el gobierno pagara a la prensa para que ésta le pegara.[29] Ese comentario cínico y realista exhibió el control y el sometimiento de la prensa mexicana al gobierno en turno, así como la poca disposición de la elite política para tolerar a publicaciones que no estaban dispuestas a reproducir en todo momento el discurso oficial o a respaldar las políticas del gobierno en turno.

En autoritarismos más 'blandos' siempre permanecen resquicios a través de los cuales emitir comentarios críticos al régimen. Esas fisuras pueden convertirse en auténticas crisis políticas y de legitimidad que los medios de comunicación –y otros actores políticos, incluida la sociedad– aprovechan para hacer valer ciertas libertades y derechos hasta entonces conculcados, a lo cual se suman los medios y la opinión pública extranjera, sobre todo en una sociedad global donde el flujo y la penetración de la información y de los mensajes mediáticos resulta cada vez más difícil de contener y ocultar. Entonces entran en proceso transiciones democráticas en las cuales pueden jugar un papel determinante los medios de comunicación, los cuales ensayan su propia 'apertura' informativa y de contenidos a la pluralidad y a las voces y opiniones hasta entonces excluidas, aunque siempre de manera paulatina y cauta, transformándose al mismo tiempo, aunque no con la misma intensidad con la que lo hace el régimen autoritario.

El desarrollo democrático, más o menos accidentado, permite a los medios de comunicación, en ocasiones a regañadientes, asirse a las reformas políticas que van sucediéndose, auspiciadas por los gobernantes en turno. La hábil estrategia política es de doble vía: al tiempo que se liberaliza el régimen, éste adquiere mayor legitimidad y la elite política se encumbra en el poder. Los medios terminan por celebrar las innegables reformas (aun con sus múltiples defectos y limitaciones deliberadas) colocándose inevitablemente de lado del régimen y del gobierno en turno. En todo caso, el límite del logro que hayan conseguido los opositores al régimen es el mismo que la cúpula política establece como demarcación de las reformas.

No obstante esos resquicios que con el tiempo pueden llegar a convertirse en abismos, los medios de comunicación siempre se muestran precavidos y a algunos de ellos se les dificulta sacudirse el manto autoritario que los ha arropado durante lapsos más o menos prolongados.

A pesar de la transición democrática, muchos medios preservaron su lealtad al régimen ensalzándolo al tiempo que omitían, distorsionaban y/o censuraban las acciones y los discursos de los demás actores políticos. Adriana Borjas Benavente sostiene que lo anterior

---

[27] D. McQuail, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, segunda edición, México, Paidós, 1993, p. 150.

[28] Jacqueline Peschard Mariscal, "Los medios de comunicación en la construcción de la cultura política democrática en México", en *América Latina Hoy: Revista de Ciencias Sociales*, núm. 25, agosto de 2000, pp. 87-94 (p. 88). Artículo disponible en línea, URL: http://iberoame.usal.es/publicaciones/americalatinahoy/veinticinco.htm.

[29] Las palabras de José López Portillo pronunciadas el 7 de junio de 1982 fueron las siguientes: "¿Una empresa mercantil organizada como negocio profesional tiene el derecho a que el Estado le dé publicidad para que sistemáticamente se le oponga? Esta, señores, es una relación perversa, una relación morbosa, una relación sadomasoquista que se aproxima a muchas perversiones: te pago para que me pegues [...]"

"terminó por provocar el efecto contrario, por lo menos en una parte de la audiencia, que no sólo rechazó la información recibida, sino que incluso comenzó a sentir simpatía hacia los actores criticados por los medios".[30] De acuerdo con Adriana Borjas, "la subordinación a los dictados del régimen por parte de algunos medios de difusión masiva, agudizada durante la presidencia de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), deterioró casi por completo la legitimidad informativa y la credibilidad en ellos entre amplios sectores de la población, los cuales optaron por favorecer a aquellos medios que en el transcurso de los últimos años habían acreditado una vocación independiente".[31]

Ante el descrédito evidente de algunos medios y comunicadores durante el proceso electoral de 1988, cuando surgieron protestas más o menos espontáneas por el sesgo informativo que los medios electrónicos le imprimieron a la campaña –beneficiando al candidato oficial y omitiendo o distorsionando las actividades públicas de la oposición–, intentaron recuperar la legitimidad y la credibilidad perdidas, no sin dificultades, tropiezos y retrocesos.

Cabe señalar que en el caso del sistema político mexicano, fue el propio liderazgo político autoritario –a través del largo proceso de transición democrática, fundamentado en sucesivas, parciales y negociadas reformas electorales– el que propició la acotada 'apertura' (que no es lo mismo que *democratización*) de los medios de comunicación, sobre todo la radio y la televisión, a la equidad y a la pluralidad políticas. Aun a cuentagotas, la 'apertura democrática' de 1976-77 inició el lento proceso de transición democrática en México que incluyó, entre otras cosas, el acceso a los medios electrónicos por parte de los partidos de oposición, sobre todo durante los procesos electorales. David Hallin corrobora esta perspectiva de análisis: "[...] los cambios liberalizadores que se produjeron a finales de los años ochenta en los medios de comunicación mexicanos, sobre todo la televisión, se debieron a la presión, no tanto del público, como de una fracción reformista y 'blanda' dentro del PRI, que forzó a la vieja guardia empresarial que controlaba la televisión comercial a adoptar a regañadientes un molde más pluralista."[32]

Así pues, en México, el proceso de transición *política* se adelantó a la democratización social y económica como lo demuestran claramente los conglomerados mediáticos que han alcanzado un evidente desarrollo económico y una visible injerencia en los asuntos públicos. En cambio, esas mismas empresas no se han preocupado por *democratizar* –al tiempo que lo intentan algunas instituciones políticas y sociales– sus estructuras y funciones, como tampoco han tenido el interés por contribuir a esos requerimientos básicos y a la necesidad de consolidación democrática del país.

La explicación que Giovanni Sartori encuentra a lo anterior plantea que la democracia "auténtica" nunca es "total", es decir, en todos los ámbitos: el político, el económico, el social y el cultural.[33] Históricamente, el Estado liberal-democrático, al cual Sartori se refiere, alcanzó la democracia de manera inicial en el sentido *político*. Muchos otros subsistemas, más de los que imaginamos, permanecen sin democratizarse como, por ejemplo, el sector económico de los medios de comunicación de masas. Al menos en una democracia incipiente como la mexicana, los ámbitos económico, social y cultural pueden permanecer a la vera de la transición y la consolidación democráticas rezagados en comparación con la democratización de las instituciones políticas.

Así pues, en años recientes, hemos sido testigos –primero durante la transición y después con la alternancia política– de cómo la peculiar democracia mexicana, restringida a los comicios electorales, ha sido asumida por los concesionarios de la radio y la televisión como un estupendo negocio.[34] El exorbitante gasto electoral de los partidos y candidatos y la preeminencia de campañas electorales centradas en el uso y abuso de los *mass media*, en especial la televisión, a través de los servicios de los especialistas en *marketing* político y sus herramientas de comunicación-persuación, han erigido a los medios de comunicación de masas en un poder desmesurado y en la arena pública más impor-

[30] Adriana Borjas Benavente, "La campaña presidencial de Vicente Fox y el modelo propagandista de comunicación política", en *América Latina Hoy. Revista de Ciencias Sociales*, núm. 33, abril de 2003, pp. 102-121 (p. 105). Artículo disponible en línea URL: http://iberoame.usal.es/publicaciones/americalatinahoy/treintaytres.htm.

[31] *Ibid*., p. 104.

[32] David Hallin, "Media, Political Power, and Democratization in Mexico", en James Curran (ed.), *De-westernizing Media Studies*, Londres, Routledge, 2000, p. 103.

[33] Giovanni Sartori, *¿Qué es la democracia?*, México, Taurus, , 2003, p. 24-25.

[34] Emilio Azcárraga Jean, presidente del Grupo Televisa, admitió en el año 2000 que "la democracia es un buen negocio".

tante donde se disputan y se dirimen las luchas por el poder.

De manera lenta pero constante, ha ocurrido un *apoderamiento* de los medios de comunicación (vinculado, desde luego, al apoderamiento de otros actores políticos como los partidos y la misma ciudadanía, pero en menor medida), fruto de la transición democrática que tiene que ver con la capacidad para acceder e influir en la toma de decisiones y en asegurarse la representación de los intereses propios.

En todo caso, mientras lo anterior ocurre, los líderes autoritarios prefieren que ciertas voces críticas (de algunos periodistas e intelectuales reconocidos), sobre todo en la prensa, no dejen de expresarse para, de esta manera, crear una fachada de gobierno democrático capaz de resistir los comentarios adversos. Esas opiniones críticas son toleradas y, en ocasiones, auspiciadas, siempre y cuando no se sumen nuevas y las ya existentes no incrementen el tono de la animadversión. Funcionan a la perfección como *válvulas de escape* que apaciguan el malestar colectivo al tiempo que simulan una deliberada expectativa de libertad de expresión.

Como en el caso mexicano, los regímenes autoritarios no siempre actúan con plena virulencia. Salvo evidentes excepciones, el régimen priísta no fue partidario de cometer excesos violentos; no obstante, su poder e influencia nunca dejaron de ser preponderantes. Sus dirigentes prefirieron emplear un cúmulo de sofisticados y hábiles mecanismos de presión y de censura mucho más eficaces que la violencia descarnada.

Hemos dicho que el grado de desarrollo económico también es un factor determinante que compromete la independencia informativa de los medios de comunicación. En sociedades con escasos recursos, el Estado es el encargado de proveer los incentivos y los subsidios necesarios para la existencia y el funcionamiento de los medios. Resulta tan eficaz este mecanismo que cuando un subsidio estatal constituye la parte fundamental de los ingresos de un medio (periódico, revista, estación de radio o televisión), el gobierno no tiene necesidad de presionar para que se omitan ciertos comentarios o informaciones o que se incluyan otros favorables al mismo. Si se quiere conservar ese apoyo económico –que en ciertas circunstancias resulta ser el único–, no hace falta sino apegarse a ciertos límites que, por lo general, están perfectamente establecidos. Algo similar ocurre con los medios de comunicación que han diversificado sus fuentes de financiamiento y que dependen en gran medida de la publicidad.

En palabras de Jones,[35] el principal "imperativo movilizador" que funciona en sociedades autoritarias, sobre todo subdesarrolladas (aunque no exclusivamente), proviene directamente de los regímenes y sus dirigentes, así como de las asociaciones políticas y los partidos (no olvidemos que durante mucho tiempo la prensa fue una extensión de los primeros partidos y promovían abiertamente sus causas). Todos ellos ejercen la mayor influencia sobre el funcionamiento de la prensa y de los *mass media*. Esto obliga a que el sistema de medios de comunicación se aproxime al regazo protector del Estado, a cambio de lo cual recibe lo necesario para su subsistencia y posiblemente otras prebendas. En este tipo de sociedades autoritarias y "estranguladas por los *impasses* del desarrollo",[36] casi todos los *mass media* dependen, en más de un sentido, del régimen gobernante.

En el caso de la radio y la televisión –por su compleja estructura así como por la naturaleza y el marco jurídico que la regula–, el control es ejercido directamente por el Estado, siendo éste su más contundente imperativo movilizador sólo superado por otro igualmente preponderante: las ganancias económicas.

Sin embargo, en México, como en otros países, el espectro radioeléctrico por donde viajan las señales de radio y televisión es propiedad de la nación. Su explotación por parte de particulares depende de una concesión que autoriza el Ejecutivo. Esta facultad, que en nuestro país siempre ha sido discrecional por la falta de una reglamentación cabalmente institucionalizada y transparente, coloca a los concesionarios en un virtual escenario de subordinación. El interés por obtener y conservar alguna concesión para operar estaciones de radio y/o televisión ha propiciado que los empresarios de los medios de comunicación electrónicos comulguen con el régimen político en una relación simbiótica con él.

Como señala Guillermo Orozco, en México, el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y la televisión "han sido como dos caras de una misma moneda a lo largo de más de cincuenta años, desde el inicio formal de la televisión en 1950 hasta la así llamada 'alternancia política' mexicana en el año 2000, en que otro partido ha alcanzado el poder".[37] Orozco asegura que sería ingenuo

[35] A. Jones, *op. cit.*

[36] M. Stoppino, *op. cit.*

[37] Guillermo Orozco Gómez, "La televisión en México", en G. Orozco Gómez (coord.), *Historias de la televisión en América Latina*, Barcelona, Gedisa, 2002, pp. 203-244 (p. 203).

pensar que la hegemonía de más de setenta años de un solo partido "haya sido posible sin el apoyo de ese particular tipo de televisión orquestado por Televisa".[38]

Sin duda alguna, esa empresa de comunicación ha sido, como afirma Trejo Delarbre, una "institución fundamental en el entramado político de nuestro país",[39] con una enorme capacidad de maniobra y pragmatismo que supo atravesar el umbral de la transición y de la alternancia democráticas con más fuerza e influencia que nunca.

No obstante el tránsito hacia la democracia, en México perdura una *cultura de medios* anclada a los resabios autoritarios que tiene que ver directamente con una tradición periodística de subordinación al poder político y, más recientemente, al imperativo económico. En todo caso resulta difícil encontrar a algún medio de comunicación que sea plenamente independiente y no esté en deuda, de alguna u otra manera, en mayor o menor grado, con el régimen político autoritario o con los anunciantes.

Así pues, el catálogo de mecanismos de presión puede ser tan vasto como sutil o descarnado. El régimen priísta proveyó de diversos recursos a la prensa mexicana: subsidios de papel; control estatal de la distribución en los puestos de periódicos a través de la Unión de Voceadores incorporada corporativamente al PRI; circulaciones infladas por las compras del gobierno; ingresos casi únicos por concepto de anuncios gubernamentales; sobornos directos a los periodistas y hasta la rotación de personal entre los redactores del periódico a las oficinas de comunicación social del gobierno. "Al manipular acertadamente estos aspectos, un Estado autoritario más sofisticado puede mantener su dominio a prudente distancia, incluso sobre [medios de comunicación] 'independientes' o de oposición."[40]

Así es como en México, de muchas maneras y empleando un sinfín de *incentivos*, el monólogo discursivo del régimen autoritario priísta se impuso en los medios de comunicación durante muchas décadas. El otrora presidente Lázaro Cárdenas del Río (1934-1940), por ejemplo, centralizó hábilmente la información del Estado a través de un Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad. Los boletines de prensa que todavía hoy en día se transcriben, sin investigación ni ubicación previa, en los medios nacionales (que tanto han dañado a la profesionalización del periodismo en México) tienen su origen en el cardenismo.[41] A raíz de ese tipo de mecanismos tan ingeniosos y evidentes, el punto de vista oficial siempre imperó. Tiempo después, Miguel Alemán Valdés (1946-1952) crearía los departamentos de prensa de las secretarías de Estado (las actuales, rimbombantes y por momentos inútiles secretarías de comunicación social), oficinas al servicio del funcionario en turno y fuentes de dispendio y de corrupción periodística.

Desde luego que también existen incentivos en sentido negativo, con diversos grados de violencia. Puede tratarse de la censura abierta o la aplicación selectiva de la ley, como las restricciones a otorgar permisos y/o concesiones de radio y televisión. Otras medidas más alevosas pueden ser la agresión directa a las instalaciones de los medios; la confiscación de imprentas, archivos o equipos; el cierre de medios; la compra o robo de ciertas ediciones; el hostigamiento al personal y el derramamiento de sangre. Los mecanismos fiscales resultan sumamente eficaces para presionar a los medios y a sus propietarios, quienes han tomado la decisión 'equivocada' de desviarse del camino marcado por el régimen.

Esta comunicación política y periodística vertical y autoritaria por antonomasia, en la cual predominaron los mensajes gubernamentales, impidió por mucho tiempo, y hasta nuestros días, la 'respuesta' proveniente de la sociedad, mediada por el periodismo profesional.

El autoritarismo de mercado

Es importante mencionar que la teoría autoritaria de los medios de comunicación se ha extendido o ampliado en cuanto a sus fuentes de control, o imperativos movilizadores, como señala Jones, de tal manera que el Estado ha dejado de tener el monopolio para someter a los medios de comunicación. Se han sumado, hasta competir con los regímenes autoritarios, el poder económico y el de ciertos poderes fácticos, no regulados legalmente, como el del crimen organizado. En México, las bandas del narcotráfico, con sus amenazas y acciones directas, han limitado en muchos sentidos el trabajo informativo

[38] *Idem.*

[39] Raúl Trejo Delarbre (coord.), *Las redes de Televisa*, México, Claves Latinoamericanas, 1988, p. 43.

[40] A. Jones, *op. cit.*, p. 446.

[41] Karin Bohmann, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, México, Alianza, Editorial, 2001, p. 73.

de los medios, la más grave de éstas: el asesinato de periodistas. En estas circunstancias existe, no obstante, una obvia responsabilidad de los gobiernos, los cuales suelen ignorar, haciéndose de la vista gorda, ese tipo de actividades ilícitas y otros abusos, cuando no auspiciándolos con su indiferencia, propio de autoritarismos tradicionales. Queda claro que no actuar debidamente también es una decisión política deliberada.

Amén de los regímenes o partidos, cabría destacar en este escenario otro imperativo movilizador: las utilidades económicas. Siebert ya lo había advertido hace medio siglo al referirse a los medios "libres" del polo liberal-occidental liderado por Estados Unidos:

> [...] la prensa [y los medios de comunicación] –como en los viejos tiempos autoritarios– está cayendo en manos de unos pocos poderosos. Cierto que estos nuevos dirigentes [de los *mass media*] no son en su mayoría dirigentes políticos. En verdad, protegen con tesón a la prensa contra el gobierno. Pero el mismo hecho de que sea tan limitado el control de la prensa, coloca una potestad nueva e inquietante en manos de los dueños y gerentes de los medios de comunicación [...] [quienes] determinan qué personas, qué hechos, qué versiones de dichos hechos, alcanzarán al público.[42]

Precisamente el argumento central de la teoría de la responsabilidad social de los medios de comunicación consiste en que la posición de poder, y en algunos casos el monopolio de los medios de comunicación, les imponen la obligación de ser socialmente responsables, para permitir que todas las opiniones se presenten de manera imparcial y para que el público posea la suficiente información que le permita decidir y actuar en consecuencia.

Así pues, durante mucho tiempo, el Estado fue el monopolizador del control sobre la prensa y los medios de comunicación. En años recientes ese sitio ha comenzado a ocuparlo, por una parte, el poder económico (léase los anunciantes, la publicidad) y, por la otra, el poder económico y el poder simbólico[43] al unísono, representados en los conglomerados de comunicación.

Esta es una de las causas por la cual Ignacio Ramonet sitúa actualmente al poder político tradicional en tercer lugar, cuando siempre ocupó el primer sitio. "Por delante se encuentra el poder económico y el poder mediático, y cuando se poseen éstos, hacerse con el poder político no es más que un mero trámite."[44] Posiblemente no sea tan sencillo como un "mero trámite", pero es indudable el ascendiente y la preeminencia que han adquirido los medios de comunicación en la sociedad actual, al grado de ocupar los vacíos que la élite política ha dejado por sus insistentes errores y abusos. No sólo se trata de una ubicuidad que todos podemos corroborar, sino de una injerencia real e incisiva en las decisiones de quienes tienen a su cargo el poder político, distorsionando la actividad pública de los gobiernos. Ese 'ascenso' de los poderes económico y mediático (que de ser el "cuarto poder" pasó a ser el segundo) lo ha sido, al menos desde la caída del Muro de Berlín en 1989, en influencia global y, en general, sobre el funcionamiento de las sociedades.[45]

El sociólogo inglés Colin Crouch ofrece dos ventajas de los grupos de presión empresariales sobre los gobiernos, entre los cuales podemos incluir a los gestores de los medios de comunicación:

> Los grupos de presión que actúan en nombre de las empresas siempre disfrutan de unas enormes ventajas, y ello es así por dos motivos. En primer lugar, tal y como sostiene convincentemente [Charles] Lindblom [...], los intereses empresariales están en condiciones de amenazar con que si el gobierno no atiende sus peticiones, su sector no marchará bien, lo que a su vez pondrá en peligro el propio objetivo central del gobierno de alcanzar el éxito económico. En segundo lugar, estos grupos disponen de unas sumas enormes de dinero para llevar a cabo este trabajo de presión; no sólo porque, para empezar, son ricos, sino porque si las presiones surten efecto, ello se traducirá en un incremento de los beneficios para sus empresas; es decir, los costes de los grupos de presión constituyen una inversión.[46]

---

[42] F. S. Siebert y T. Peterson, *op. cit.*, p. 12.

[43] El poder simbólico se entiende como la "capacidad de intervenir en el transcurso de los acontecimientos para influir en las acciones de los otros y crear acontecimientos reales, a través de los medios de producción y transmisión de las formas simbólicas". John B. Thompson, *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 1998, p. 30.

[44] Ignacio Ramonet, *La tiranía de la comunicación*, Madrid, Debate, 2002, p. 166.

[45] *Ibid.*, p. 60.

[46] Colin Crouch, *Posdemocracia*, México, Taurus, 2004, p. 32.

Crouch es incisivo al señalar cómo los gestores empresariales han adquirido un acceso privilegiado a las altas esferas del poder para obtener los beneficios que sus patrones exigen. Esos intereses no siempre corresponden a los de las organizaciones empresariales legalmente reconocidas –como sería legítimo e institucional suponer–, sino de los grandes y poderosos grupos económicos que actúan por cuenta y beneficio propios. Es así como "los políticos responden de manera prioritaria a las demandas de un puñado de líderes empresariales (politizados), permitiendo que sus intereses particulares se conviertan en políticas públicas."[47] Crouch concluye que estas situaciones "sólo pueden suceder en sociedades que ya no distinguen entre el interés público, custodiado por una autoridad pública que se preocupa por establecer sus propias competencias autónomas, y el interés privado, que sólo se preocupa de sí mismo".[48]

Adam Smith, el padre del liberalismo económico, ya había advertido sobre el peligro que el mundo de los negocios repesentaba por su capacidad de corromper al mundo de la política y viceversa. La profesora Mattia Diletti da cuenta de una degeneración (a partir de 1989) según la cual el mercado "construyó un sistema que ha obtenido su legitimación popular, guiado por una élite compuesta por los administradores delegados y por los presidentes de las grandes corporaciones, que cada día podían ser votados y, en su caso, se les podía quitar el voto de confianza".[49] De esta manera, el mercado (quienes se benefician de él) se apropia del poder político mientras el soberano (el pueblo) le ha garantizado su legitimidad para gobernar ante el declive de ciertas instituciones representativas como la Iglesia, la familia, los sindicatos, los partidos y la política en general.

Así pues, en un sistema de mercado, los medios de comunicación 'libres' quedan sujetos al control de una poderosa élite empresarial. El libre mercado (que proveyó de entretenimiento a las masas pero que no les garantizó su abandono de la ignorancia, negándoles el "conocimiento del mundo y de la posición que ellos ocupaban en el mismo"), con su abundancia de información-desinformación, se transforma más en un sistema de control que en un motor de la libertad, como llegaron a creer sus más acendrados apologistas.

Para comprender el imperativo movilizador de las utilidades y el éxito en el mercado, es indispensable mencionar *grosso modo* los postulados básicos de los cuales surge.

Forma parte sustantiva de la teoría libertaria de los medios de comunicación, y de la doctrina democrática sobre la libertad de expresión, la idea de que éstos no son instrumentos del Estado, están libres del control y de la influencia gubernamentales y lograron dotar de poder al pueblo. Estos postulados parten de la premisa central de que el liberalismo manifiesta una desconfianza directa hacia el poder político y sus detentadores, impelidos siempre a abusar del poder. En el siglo XVIII, la libertad de prensa implicaba el reconocimiento de la protección del individuo frente al poder arbitrario del Estado. En palabras de Thomas Jefferson, la prensa tenía que brindar el control extralegal sobre el gobierno que ninguna otra institución podía efectuar, por ello prefería "periódicos sin gobierno a gobiernos sin periódicos.[50] Además, los asuntos gubernamentales fueron y son considerados como expedientes públicos. La tesis central de la historia liberal de los *mass media* es que el proceso de democratización se vio fortalecido por el desarrollo de los medios de comunicación modernos, los cuales lucharon con éxito por liberarse del gobierno.[51] Una de sus funciones primordiales consistía en evitar que los funcionarios del Estado abusasen o se excedieran en su autoridad; por lo tanto, estos medios se erigieron en el cuarto poder, en el perro guardián siempre vigilante, capaz de actuar a favor del interés público, de garantizar el funcionamiento de la democracia y de señalar y denunciar cualquier práctica arbitraria de las autoridades.

Para ello, fue necesario la existencia de un 'mercado libre de ideas' y de información. "El procedimiento optativo, como lo defendían los libertarios, fue dejar sometido al público en general a un aluvión de informaciones y opiniones, algunas posiblemente verdaderas, algunas posiblemente falsas y algunas que contenían elementos mixtos."[52]

---

[47] *Ibid.*, p. 40.

[48] *Ibid.*, p. 75.

[49] Mattia Diletti, "La caída de los dioses. El caso Enron o la corrupción al cuadrado", en *Metapolítica. Dossier: Laberintos de corrupción*, núm. 45, enero-febrero de 2006, p. 74.

[50] Thomas Jefferson en carta a Edward Carrington, 16 de enero de 1787, en David Paletz, *The Media in American Politics. Contents and Consequences*, Nueva York, Addison Wesley Longman, 1998, p. 18.

[51] J. Curran, *op. cit.*, p.15.

[52] F. S. Siebert, "La teoría libertaria de la prensa"... *op. cit.*, p. 64.

Alexis de Tocqueville fue uno de los primeros en advertir la libertad de prensa en Estados Unidos. En *La democracia en América* señala que no ha habido un solo ciudadano de aquella nación que haya propuesto restringirla. La respuesta que Tocqueville encontró fue la siguiente: "es un axioma de la ciencia política en Estados Unidos que el único medio de neutralizar los efectos de los periódicos es el de multiplicar su número".[53]

Ignacio Ramonet advierte que ese "aluvión de informaciones" proveniente del sistema de medios conforma uno de los rasgos de lo que él denomina la "tiranía de la comunicación". Este investigador explica que la censura "tradicional" consistía, esencialmente, en suprimir, amputar, prohibir, ocultar o esconder un cierto número de aspectos de los hechos o el conjunto de éstos; con base en este imperativo, la información, durante siglos, fue escasa. En la actualidad la censura moderna (y 'democrática') funciona mediante un principio inverso al tradicional, el mismo que observó Tocqueville en Estados Unidos: opera por demasía, por acumulación, por asfixia. "La información se oculta porque hay demasiada para consumir y, por tanto, no se percibe la que [realmente] falta" y es necesaria para el óptimo desarrollo de la sociedad. Las tres características de la información en nuestros días, según Ramonet, son: superabundante, extremadamente rápida y que se le considera una mercancía sometida, no al principio de verdad, sino a las leyes del mercado.[54] Así pues, de una censura abierta o más o menos velada, ejercida por el Estado y por su élite gobernante, pasó a una intervención *mediada,* con la aquiescencia de los medios de comunicación, sin ejercer controles directos como antaño.

También para lo anterior era necesario que los medios de comunicación fueran de propiedad privada y que compitieran en un sistema de libre mercado. Si bien en un régimen democrático el principal instrumento de control resulta ser la ley, en lugar de la supervisión del Estado, la teoría libertaria ofrece un tipo de control informal que consiste en un proceso de autorregulación a través de la libre competencia en el mercado. Éste se ha percibido como "una forma de organización de la actividad humana más democrática y eficiente que aquella ofrecida por las instituciones públicas, en donde la voluntad del 'pueblo accionista' estaba en grado de expresarse con mayor libertad en la defensa de sus propios intereses".[55]

Actualmente se ha considerado cualquier tipo de reglamentación, no sin razones válidas, como una forma de mordaza y de límite a la libertad de expresión. Los funcionarios del gobierno son blanco de cruentos ataques por parte de las empresas de comunicación si pretenden dictar medidas jurídicas de control. Esto trae consigo serias consecuencias porque toda actividad (sobre todo si es pública) implica una regulación para que no se exceda en sus atribuciones. Como atinadamente señala Trejo Delarbre, la de los medios de comunicación es una actividad (mal) autorregulada que no ha encontrado los debidos contrapesos legales a su actuación.[56]

Escudados en la neutralidad y en la objetividad del modelo periodístico estadounidense (el prototipo clásico y alevoso del perro guardián), lo anterior se ha traducido en abusos de todo tipo, desde intromisiones a la vida privada de los individuos, pasando por informaciones anodinas o estridentes, hasta escándalos, linchamientos y juicios mediáticos, sin mencionar la degradación profesional del periodismo y sus hacedores así como el deterioro del debate público y del libre (plural) flujo de información.

Durante mucho tiempo se ha considerado como una conclusión enteramente *racional* que el poder sea controlado y se le impongan límites. No podemos olvidar la sentencia de James Madison en *El Federalista*, referida al poder gubernamental pero aplicada al mediático: "el poder es naturalmente invasivo y se lo debería refrenar en sus intentos de transgredir los límites que le son asignados".[57] No resta sino insistir en que los agentes estatales competentes (instituciones) deben tener un tipo de jurisdicción democrática y legalmente clara y transparente para evitar que los medios de comunicación, y quienes laboran en ellos, cometan excesos.

Así pues, los medios de comunicación de masas, convertidos en grandes empresas, parecen transgredir los principios filosóficos que les dieron razón de ser. Se pretendía que al estar expuestos al sistema de mercado y a su capacidad de autorregulación, los *mass media* estarían menos propensos a la intervención

[53] Alexis de Tocqueville, *La democracia en América,* México, Fondo de Cultura Económica, 1973, p. 202.

[54] I. Ramonet, *op. cit.*, pp. 42 y 50-51.

[55] M. Diletti, *op. cit.*, p. 74.

[56] R. Trejo Derlarbre, *Poderes salvajes...*, *op. cit.*, p. 170.

[57] *El Federalista,* núm. 48, citado por Guillermo O'Donell, "*Accountability* horizontal. La institucionalización legal de la desconfianza política", en *Isonomía,* núm. 14, abril de 2001, pp. 7-31 (p. 13). N. E.

directa del régimen y a los avatares del subdesarrollo económico.

A partir de esta premisa teórica, se ha atestiguado la presencia de un sistema de medios *ideologizado* que se consolidó con la caída del Muro de Berlín y el derrumbe del 'socialismo realmente existente'; que logró desarrollar nuevas tecnologías –fenómeno que, a su, vez socavó las estructuras de autoridad establecidas– a través de una política económica neoliberal que exige de los gobiernos y de la burocracia pública –incompetentes, irresponsables y costosos por antonomasia, según esta postura– la menor intervención en los procesos económicos; que pudo derribar las barreras que afectaban a la libertad empresarial y que logró establecer, como su única función política, el marco jurídico pertinente para la libre competencia y el desarrollo óptimo de las empresas.

Con base en estos principios neoliberales, ya desde 1979 en el Reino Unido se privatizaron, mercantilizaron o desregularon numerosas empresas de servicio público. México no fue ajeno a ese proceso de liberalización económica, tampoco carente de corruptelas, durante la administración salinista (iniciada por Miguel de la Madrid –1982-1988– y vigente hasta nuestros días), que incluyó a los medios de comunicación con la privatización de Imevisión en 1993. "Que los principales grupos de comunicación crecieran y se volvieran más dominantes y más rentables dependía, en parte, de decisiones políticas y burocráticas. Eso propició una serie de pactos de no agresión tipificados por el mutuo entendimiento"[58] entre los gobiernos y los empresarios directamente beneficiados y legitimadores del sistema y la política económica.

El fin de la Guerra Fría marcó asimismo el asentamiento de la democracia liberal como agente de progreso y del capitalismo como el único sistema económico viable.[59] En este sentido, "el imperativo movilizador, generado desde fuera por los patrocinadores y los accionistas, son las utilidades".[60] En un sistema de mercado la fuente principal de ingresos son otras empresas que se anuncian en las páginas de la prensa o en los espacios de la radio y la televisión. Esto trae consigo una carga ideológica de la cual no pueden, y tampoco lo desean, salir: es el sistema de mercado en la sociedad capitalista. Así como en los regímenes autoritarios la prensa y los medios de comunicación no pueden abstraerse de los principios rectores que el gobierno y la élite política dictan; así tampoco las empresas mediáticas pueden alejarse del mercado y del afán de lucro que éste trae implícito por naturaleza y que la publicidad hace valer y sanciona.

Autores como Noam Chomsky y Edward Herman –entre otros analistas pertenecientes a la interpretación radical de los estudios de comunicación– han advertido que en un sistema capitalista (se refieren sobre todo a Estados Unidos) los medios de comunicación tienen la función principal de "crear consentimiento" con el orden social y poseen una cohesión ideológica y un propósito movilizador común que es el beneficio económico y la preservación del *stablishment*.[61] Esta tradición radical sostiene que los *mass media* terminaron por respaldar ampliamente el orden social como consecuencia de los controles ejercidos por el mercado, el Estado y la élite política y económica. Es decir, instituciones mediáticas que apoyaban el orden social dentro del sistema capitalista pero que eran independientes del control del gobierno. Antonio Gramsci, a su vez, proponía precisamente la idea de que el control, con base en su concepto de hegemonía, se lograba de manera más efectiva mediante el consentimiento que a través de la coerción.[62]

Desde luego que esas transformaciones de los medios de comunicación no fueron ajenas a los cambios y a la evolución de la sociedad (incluidas sus reivindicaciones), que moldeó a las instituciones mediáticas, de la misma manera como aquéllas, aunque con mayor intensidad, han moldeado a la sociedad. En este sentido, la evolución de los medios de comunicación no significó necesariamente una amenaza o un desafío a la autoridad establecida. "Su impacto estuvo crucialmente influido por el grado de efectividad con que se los reguló y por el grado de consenso presente en el entorno en el que aparecieron."[63]

---

[58] J. Curran, *op. cit.*, p. 244.

[59] David Held, *La democracia y el orden global*, Barcelona, Paidós, 1997, p. 23.

[60] A. Jones, *op. cit.*, p. 452.

[61] Noam Chomsky y Edward Herman, *Los guardianes de la libertad: propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*, Barcelona, Crítica, 2003, pp. 22 y ss. Los autores establecen cinco mecanismos que actúan como filtros que reducen la expresión del disentimiento en los medios de comunicación en Estados Unidos: la propiedad de los medios de comunicación, la publicidad, las fuentes de noticias, la intimidación y la ideología anticomunista.

[62] Antonio Gramsci, *Cuadernos de la cárcel*, Buenos Aires, Lautaro, 1962, p 36.

[63] J. Curran, *op. cit.*, p. 110.

A diferencia de la filosofía de los pensadores liberales (según la cual la libertad económica traería consigo la liberalización de los controles del Estado y, por lo tanto, la efectiva libertad de prensa y de expresión), la búsqueda de ganancias económicas por parte de las instituciones mediáticas en la sociedad contemporánea obliga a abandonar o a modificar sustancialmente la idea de que el mayor crecimiento económico se traduciría en un incremento concomitante de la libertad de expresión.[64] Con frecuencia ocurre todo lo contrario. En este sentido, como advierte Jones y muchos otros críticos del sistema mundial actual de medios de comunicación, "las presiones y limitaciones del imperativo de las utilidades no es en el fondo muy diferente, en naturaleza o impacto, de los que se ejercen en sociedades formalmente autoritarias".[65] En este punto es contundente Colin Crouch: "Las empresas no son simples organizaciones, sino más bien concentraciones de poder. Sus formas de propiedad dan lugar a concentraciones de riqueza y cuanto más importante se vuelve una empresa, más importante se vuelve la clase de propietarios capitalistas."[66]

Se trata, por lo tanto, de un modelo liberal-democrático orientado hacia el mercado. Sin embargo, la búsqueda a toda costa de ganancias económicas propicia que se asimile a los regímenes autoritarios en cuanto a los límites que encuentra la libertad de expresión. En este sentido, Jones plantea que si el régimen controla a los medios de comunicación con escasa rigidez, "la búsqueda de utilidades puede imponerse como imperativo movilizador, como un medio de compensar la reducción o ausencia de subsidios del régimen. Esto será válido especialmente para la prensa independiente u opositora que busca explotar las libertades disponibles en un autoritarismo suave, pero que también es 'libre de fracasar' en un ambiente de mercado que añade, además, sus propias presiones".[67]

No podemos dejar de señalar que, en efecto, la búsqueda de utilidades no propicia necesariamente un alejamiento (en el sentido de autonomía) del régimen. Y es que el poder económico, como revela Bertrand Russell, a diferencia del militar, no es primario sino *derivado*.[68] El poder económico de las personas privadas, dentro del Estado, depende de la ley y de la decisión de la burocracia. Adquiere, además, cierta independencia, pues "puede influir en la ley mediante la corrupción y en la opinión pública mediante la propaganda. Puede colocar a los políticos bajo obligaciones que embarazan su libertad".[69] Ese poder económico puede hacerse del control de la propaganda y, se entiende, de los medios de comunicación para difundirla.[70]

En otros tiempos y latitudes, la democracia dependía de la capacidad de los dirigentes políticos para propiciar condiciones económicas óptimas para generar riqueza, pero limitando el poder político de los empresarios. En todo momento las condiciones económicas requieren necesariamente de la intervención del gobierno. Las empresas dependen de las políticas económicas que dicta el régimen. Puede producirse en este sentido un intercambio de favores. Por ejemplo, complacencia hacia la élite y sus políticas a cambio de leyes que en el campo económico y tecnológico (y sus repercusiones en el ámbito político) favorezcan a las empresas de comunicación. Además, la independencia de recursos provenientes del Estado nunca es absoluta. Ya sea que se trate de la información gubernamental o de los abultados gastos provenientes de los partidos durante los procesos electorales, siempre existe un incentivo pecuniario nada despreciable cuando se trata de difundir los logros del gobierno o las ideas y propuestas de los partidos y sus candidatos. El imperativo movilizador basado en las utilidades económicas resulta tan poderoso e influyente, incluso más, como en los tiempos del autoritarismo tradicional.

Por si fuera poco, el principio rector liberal que propugna que los medios de comunicación deben ser independientes del gobierno y erigirse en perros guardianes de la sociedad puede transformarse en una conducta autoritaria por parte de los medios. La visualización, la puesta en público de los errores y/o delitos de los dirigentes políticos puede responder a campañas privadas de desprestigio y no a cruzadas o a 'indagaciones'

[64] A. Jones, *op. cit.*, p. 456.

[65] *Ibid.*, p. 461.

[66] C. Crouch, *op. cit.*, p. 70.

[67] A. Jones, *op. cit.*, p. 483.

[68] Bertrand Russell, *El poder en los hombres y en los pueblos*, Buenos Aires, Losada, 1960, p. 88.

[69] *Ibid.*, p. 92.

[70] Russell advierte que "el poder de las organizaciones económicas para influir en las decisiones políticas en una democracia está limitado por la opinión pública, la cual, en muchos problemas importantes, se niega a dejarse influir ni siquiera por una propaganda muy intensa". *Ibid.*, p. 9.

periodísticas desinteresadas, en el nombre del interés público y la profesionalidad.

A todo lo anterior se suma la concentración mediática (una peculiaridad del sistema capitalista) como un factor anómalo de las democracias contemporáneas carentes de contrapesos, en las cuales –y a través de los medios de comunicación que masifican los contenidos– se reproduce un pensamiento único[71] y tiránico, mientras que restringe o de plano impide la expresión de opiniones alternativas y distintas a las de esos conglomerados de comunicación, resultado de un proceso económico de pretensiones universales, basado en la absorción o desaparición de pequeñas o medianas empresas.

Eduardo Galeano ha señalado que "nunca tantos (individuos) han sido tan incomunicados por tan pocos. Cada vez son más los que tienen el derecho de escuchar y de mirar, pero cada vez son menos los que tienen el privilegio de informar, opinar y crear".[72] Esos intereses de unos cuantos privilegiados determinan los canales, los flujos y los contenidos de la comunicación a nivel planetario. Es el caso de la Rusia contemporánea, donde unos cuantos *oligarcas* se han apoderado de los medios de comunicación y, además, dominan otras actividades estratégicas vinculadas a los energéticos y a las telecomunicaciones, al mismo tiempo que participan directamente en la administración publica de ese país o presionan a los funcionarios para hacer valer sus intereses y transformarlos en políticas públicas.

La tendencia actual es el control de los medios de comunicación por parte de grandes corporaciones empresariales. Esto parece contradecir la afirmación de que las instituciones mediáticas, dentro de los procesos competitivos del mercado, son independientes, están libres de cualquier compromiso sectorial y sólo le deben lealtad al público. De esta manera el imperativo económico y los intereses privados de los accionistas se fusionan con los compromisos políticos que todos los involucrados adquieren.

Así pues, mientras el pensamiento liberal de los medios de comunicación se preocupa por la amenaza que representan las agencias estatales, se olvida increíblemente de los peligros que entraña a la libertad de expresión el imperativo económico de los *mass media* privados.

En México, la concentración mediática no puede sino poner en riesgo la libertad de expresión y de elección de los individuos, porque además no existe ningún tipo de impedimento legal a la propiedad, como sí ocurre en otros países. El duopolio televisivo (Televisa y Televisión Azteca) se ha consolidado gracias a los privilegios y a esa misma concentración que han tolerado los gobiernos priístas y panista, aunado a la propia crisis de la política, de los partidos, las instituciones, sus dirigentes y todo el sistema de representación política en general. Sin soslayar la escasa, por no decir nula, participación de la sociedad para criticar los contenidos y los comportamientos de las empresas de comunicación privadas en México. Salvo excepciones, la sociedad mexicana pertenece a ese amplísimo sector de los *integrados* a los *mass media.*

Esta situación se agrava aún más cuando durante décadas los medios de comunicación electrónicos en México han disfrutado de un marco legal hecho a la medida de sus intereses, discrecional y poco institucional en el trato con el gobierno en turno, por no mencionar las escasas orientaciones jurídicas en cuanto a la emisión de mensajes socialmente responsables o de mínima calidad de los contenidos. "La cuestión no radica, según Trejo Delarbre, en su funcionamiento autoritario sino en la debilidad de los contrapesos para equilibrarlo o acotarlo. Lo grave respecto de la capacidad de los medios para discriminar y privilegiar informaciones es la frecuente ambigüedad e imprecisión de los criterios con que las empresas de comunicación resuelven sus contenidos."[73]

Por si fuera poco, ahora son en mayor medida los gobiernos, los partidos y los dirigentes políticos (agentes que hasta hace poco tiempo ejercieron el máximo control sobre los *mass media*) los que *necesitan* a los medios de comunicación más que nunca, porque requieren mantener el apoyo de los ciudadanos para seguir gobernando.

El hecho de que los gobiernos permitan y toleren la concentración en pocas manos de los medios de comunicación habla de un interés simulado de que las

[71] La concepción del "pensamiento único" pretende que la única opción viable de la (no) historia sea el liberalismo democrático, porque las ideologías ya no son necesarias y, además, con la caída del Muro de Berlín y el fracaso del socialismo, fueron sustituidas por la economía. En este sentido, Estados Unidos sería la realización del sueño marxista de una sociedad sin clases. *Vid.* Francis Fukuyama, *El fin de la historia y el último hombre*, México, Planeta, 1992. N.E.

[72] Eduardo Galeano citado en Carlos Fazio, "Periodismo y liberación", en *La Jornada*, 31 de julio de 2006.

[73] R.Trejo Delarbre, *Poderes salvajes...*, *op. cit.*, p. 170.

cosas se conduzcan de esa misma manera por tiempo indefinido. No puede sino entenderse como autoritario ese modelo comunicativo excluyente, aunque funcione formalmente dentro de un régimen que se llama a sí mismo democrático. Un poder privado (y de cualquier otra índole) no regulado, aun inserto en una democracia, posee en realidad características propias de sociedades autoritarias donde intencionalmente el poder estatal tampoco se halla regulado.

> El objetivo que persigue cada uno de los titanes de la comunicación, advierte Ramonet, es el de convertirse en el interlocutor único del ciudadano. Quieren estar en condiciones de suministrarle a la vez noticias, entretenimiento, cultura, servicios profesionales, informaciones financieras y económicas [...] y situarlo en un plano de interconexión potencial a través de todos los medios de comunicación disponibles: teléfono, fax, videocable, pantalla de televisor, red Internet.[74]

Esta "tiranía de la comunicación", como la define Ramonet, controlada por auténticos *zares* mediáticos con influencia e injerencia real de poder, subordina el flujo y el contenido de la información a los requisitos o preferencias de los patrocinadores. Esto lo saben los anunciantes, los periodistas y los propietarios y/o concesionarios de los medios de comunicación.

Diversos especialistas han denominado *mediocracia* a esta preponderancia de los medios de comunicación de masas –que incluye la usurpación de funciones propias de algunas instituciones tradicionales del Estado y la preeminencia de los intereses mercantiles– en la sociedad contemporánea.[75] Esta ausencia de contrapesos, de rendición de cuentas de las instituciones mediáticas y de sus propietarios, impide la consolidación de la democracia en México y en cualquier otro país. En este sentido, no deja de tener sentido el clásico y convincente comentario de Karl Popper pronunciado hace más de una década:

> La democracia consiste en poner bajo control el poder político. Es ésta su característica esencial. En una democracia no debería existir ningún poder no controlado. Ahora bien, sucede que la televisión se ha convertido en un poder político colosal, se podría decir que, potencialmente, el más importante de todos, como si fuera Dios mismo quien habla. Y así será si continuamos consintiendo el abuso. Se ha convertido en un poder demasiado grande para la democracia. Ninguna democracia sobrevivirá si no pone fin al abuso de este poder.[76]

Recibido el 22 de agosto del 2006
Aceptado el 4 de mayo del 2007

[74] I. Ramonet, *op. cit.*, p. 212.
[75] R. Trejo Delarbre, *Poderes salvajes...*, p. 22.
[76] Karl Popper, "Licencia para hacer televisión", en *Nexos*, núm. 220, abril de 1996, pp. 25-29 (p. 29).

Bibliografía

Bobbio, Norberto, Nicola Matteucci y Gianfranco Pasquino, *Diccionario de política*, tomo I, trad. Raúl Crisafio, México, Bogotá, Siglo Veintiuno Editores, 1984.

Bohmann, Karin, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, México, Alianza, Editorial, 2001.

Borjas Benavente, Adriana, "La campaña presidencial de Vicente Fox y el modelo propagandista de comunicación política", en *América Latina Hoy. Revista de Ciencias Sociales*, núm. 33, abril de 2003, pp. 102-121.

Chomsky, Noam y Edward Herman, *Los guardianes de la libertad: propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*, Barcelona, Crítica, 2003.

Crouch, Colin, *Posdemocracia*, México, Taurus, 2004.

Curran, James (ed.), *De-westernizing Media Studies*, Londres, Routledge, 2000.

———, *Medios de comunicación y poder en una sociedad democrática*, Barcelona, Hacer, 2002.

Dahl, Robert, *La poliarquía. Participación y oposición*, Madrid, Tecnos, 1997.

Diamond, Larry y Mark F. Plattner (eds.), *The Global Resurgence of Democracy*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1996.

Diletti, Mattia, "La caída de los dioses. El caso Enron o la corrupción al cuadrado", en *Metapolítica. Dossier: Laberintos de corrupción*, núm. 45, enero-febrero de 2006.

Fazio, Carlos, "Periodismo y liberación", en *La Jornada*, 31 de julio de 2006.

Giovanni, Sartori, *¿Qué es la democracia?*, México, Taurus, 2003.

Gramsci, Antonio, *Cuadernos de la cárcel*, Buenos Aires, Lautaro, 1962.

Held, David, *La democracia y el orden global*, Barcelona, Paidós, 1997.

Jones, Adam, "Hacia un modelo comparativo del funcionamiento de la prensa", en *Política y gobierno*, vol. VIII, núm. 8, segundo semestre de 2001, pp. 443-493.

Linz, Juan J., *Totalitarian and Authoritarian Regimes*, Londres, Lynne Rienner Publishers, 2000.

McQuail, Denis, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, segunda edición, México, Paidós, 1993, p. 150.

———, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, tercera edición revisada y ampliada, Barcelona, Paidós, 2000, p. 196.

O'Donnell, Guillermo y Philippe Schmitter (eds.), *Transiciones desde un gobierno autoritario 4. Conclusiones tentativas sobre las democracias inciertas*, Barcelona, Paidós, 1986.

Orozco Gómez, Guillermo (coord.), *Historias de la televisión en América Latina*, Barcelona, Gedisa, 2002.

Paletz David, *The Media in American Politics. Contents and Consequences*, Nueva York, Addison Wesley Longman, 1998.

Peschard Mariscal, Jacqueline, "Los medios de comunicación en la construcción de la cultura política democrática en México", en *América Latina Hoy: Revista de Ciencias Sociales*, núm. 25, agosto de 2000, pp. 87-94.

Popper, Karl, "Licencia para hacer televisión", en *Nexos*, núm. 220, abril de 1996, pp. 25-29.

Ramonet, Ignacio, *La tiranía de la comunicación*, Madrid, Debate, 2002.

Russell, Bertrand, *El poder en los hombres y en los pueblos*, Buenos Aires, Losada, 1960.

Sartori, Giovanni, *¿Qué es la democracia?*, México, Taurus, 2003.

———, *Teoría de la democracia. 1. El debate contemporáneo*, Madrid, Alianza Editorial, 2001.

Siebert, Fred S. y Theodore Peterson, *Tres teorías de la prensa en el mundo capitalista*, Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 1956.

———, Theodore Peterson y Wilbur Schramm, *Four Theories of the Press*: *The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*, Urbana, University of Illinois Press, 1956.

Thompson, John B., *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 1998.

Tocqueville, Alexis de, *La democracia en América*, México, Fondo de Cultura Económica, 1973.

Trejo Delarbre, Raúl (coord.), *Las redes de Televisa*, México, Claves Latinoamericanas, 1988.

———, *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos.* México, Cal y Arena, 2005.