



Globalización, Derechos Humanos y Sociedad de la Información

**Coordinadores:
Teresa Da Cunha Lopes
Rafael Luviano González
Benjamín Revuelta Vaquero
Roberto Sánchez Benítez**

Editado: agosto, 2007
ISBN: 970-995-908-5

© Globalización Derechos Humanos
y Sociedad de la Información

Coordinador Editorial
Fernando Malagón Hinojosa

Diseño y Edición
Leonardo Baltierra Trejo

José Daniel Moncada Sánchez
Corrector

Impreso en México

GLOBALIZACIÓN DERECHOS HUMANOS Y SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Indice

Capítulo I. Derechos Humanos y Globalización

<i>Un apunte sobre los Derechos Humanos y sus Generaciones</i> Juan Álvarez-Cienfuegos Fidalgo	9
<i>¿Es necesario un Parlamento para América del Norte?</i> Héctor Chávez Gutiérrez	21
<i>México y el Derecho Internacional. Realidades, Retos y Perspectivas en el Contexto del Siglo XXI</i> Emmanuel Roa Ortiz	29
<i>Bioderecho</i> Ma. Guadalupe Calderón	53
<i>Una reflexión filosófica en los Derechos Humanos</i> Juan Manuel Zamora Mendoza	63

Capítulo II. Multiculturalismo, Democracia y Derecho

<i>Globalización, Derechos Humanos y Derechos Indígenas. El caso de la Organización Internacional del Trabajo y los Pueblos Indios</i> Orlando Aragón Andrade	79
<i>La Democracia Electrónica. En la sociedad de la información: Las nuevas formas de participación política</i> Lucía Villalón Alejo y Teresa Da Cunha Lopes	101
<i>Comunicación social e identidad</i> Roberto Sánchez Benítez	131
<i>Medios de comunicación y democracia. A propósito de elecciones en México</i> Marisol Luna Leal	147
<i>Estudio comparativo del Derecho Electoral Foráneo</i> Jean Cadet Odimba	161

Administración de Justicia. Derecho Fundamental y Garantía Constitucional
Mario Alberto García Herrera 183

Capítulo III. Derecho, Nuevas Tecnologías y Sociedad de la Información

Cibernética, su utilización en la Ciencia Jurídica
Rafael Luviano González 205

El derecho ¿insuficiente ante la protección de la juventud y de la infancia en internet?
Luz del Carmen Martí de Gidi 217

La intimidad informática. Aspectos generales
Héctor Pérez Pintor 227

Nuevas Tecnologías, Un Nuevo Derecho: Su Reconocimiento en la Norma Constitucional. Un estudio Comparado
Aristeo García González 237

Capítulo IV. Políticas Públicas, Economía y Sociedad de la Información

El ámbito jurídico-económico en la era de la Información
Ma. Teresa Montalvo Romero 259

Importancia de la regulación de Impuestos Internacionales en beneficio de la Humanidad
Martha Ochoa de León 273

Liberalización y Servicio Público en el Mercado Interior Europeo de la Energía Eléctrica
Rodrigo Ochoa Figueroa 293

Globalización, Derecho Penal Económico y la persona jurídica
Fernando Malagón Hinojosa 307

Los retos del Derecho del Trabajo en España en la era de la globalización y en la sociedad de la información
Lourdes Meléndez Morillo-Velarde, Ana I. Pérez Campos y Carolina San Martín Mazzucconi 323

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA. A PROPÓSITO DE ELECCIONES EN MÉXICO

Marisol Luna Leal¹

Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Veracruzana

La democracia exige y se sostiene con una pluralidad de ojos, ideas y voces, donde desde la multiplicidad de puntos de vista de verdad política se discute y la democracia no se funda en el monopolio del saber, sino en la diversidad de opiniones.

Silva-herzog, Jesús

I. Planteamiento

La liberalización de los mercados, los incontenibles y avasalladores avances tecnológicos, las nuevas formas de producción, el interés de los sectores económicos-productivos por una mayor expansión y dominio en las diversas plazas comerciales, entre otras situaciones, ha generado cambios profundos, no solo en la conceptualización de los medios de comunicación en las sociedades democráticas, sino mayor aún, se han posicionado como factor de inducción, ostentadores de la verdad y “conocedores” de la mejor conveniencia para los intereses de las mayorías, en breve, es una transformación en el que dichos medios de comunicación forman parte fundamental en la interacción gobierno-población en la que en muchas ocasiones el proceso de consolidación democrático no resulta nada favorecido.

El presente artículo tiene como propósito analizar la influencia de los medios de comunicación en las recientes elecciones en nuestro país, dicha influencia de cara a la construcción de la democracia, para ello, en primer término esbozamos de forma genérica la cuestión globalizadora, refiriéndonos posteriormente a las generalidades tanto de los medios de comunicación como las de la democracia, habiendo señalado la interrelación entre ambas cuestiones, se refieren algunas cuestiones de ambas situaciones en nuestro País, finalizando con una presentación personal sobre el particular.

II. El aspecto globalizador

Respecto al concepto globalización vamos a encontrar tantos como autores consultemos, Carlos Mateo Balmelli afirma que, es el proceso social que afecta aspecto políticos, culturales y económicos de la convivencia humana local e internacional².

Por su parte, José Luis Ramírez Huízar, sostiene que, es la transformación de un conjunto de economías nacionales interdependientes en una sola economía global con procesos de producción y comercialización distribuidas por todo el mundo en función de ventajas comparativas y competencia a nivel global³.

Como observamos, la primer definición abarca aspectos políticos, culturales y económicos, en tanto la segunda se constriñe a cuestiones puramente económicas, en dicha perspectiva, en específica referencia al desarrollo o expansión del capitalismo, José Joaquín Brunner⁴ considera que la globalización puede representarse como la expresión de cuatro fenómenos interrelacionados, que a su decir son:

1. La universalización de los mercados y el avance del capitalismo posindustrial;
2. La difusión del modelo democrático como forma ideal de organización de la polis;
3. La revolución de las comunicaciones que marca el ingreso a un nuevo tipo de sociedad: la sociedad de la información y el conocimiento; y
4. La creación de un clima cultura de época, usualmente llamado de posmodernidad.

La interrelación de los fenómenos antes señalados, con motivo de la expansión del capitalismo, su transformación posindustrial y la hegemonía de los mercados a escala internacional configuran el surgimiento de una forma predominante, incontestada de civilización material que engloba progresivamente al mundo.

Finalmente, los juristas Fix-Fierro y López Ayllón, conciben a la globalización como, la multiplicación de los espacios de interacción fuera de las coordenadas de organización temporal y espacial propias del Estado moderno⁵.

III. Los medios de comunicación. Sociedad de la información

Cuando José Joaquín Brunner al detallar uno de los fenómenos que concurren en el proceso globalizador afirma que la revolución de las telecomunicaciones marca el nacimiento de un nuevo tipo de sociedad, la sociedad de la información y el conocimiento⁶ bien podemos señalar que en dicha materia, esto es, telecomunicaciones-medios de comunicación⁷, las políticas internacionales implementadas en los últimos años han tenido como objetivo una liberalización de los mercados y la desregulación, de tal forma que no han existido obstáculos para la expansión y crecimiento económico de estos. Con dicha política se permitió el acceso de los ciudadanos a los medios de comunicación, aunque dicha situación no fue la causa principal de la apertura económica de los medios.

Esta expansión económica de los medios de comunicación ha presentado ya ciertas consecuencias, entre las que figuran la especialización de mercados y de contenidos dirigidos a audiencias clasificadas; fragmentación de la sociedad a partir

de gustos, preferencias, estilos de vida y costumbres; una homogeneización de las culturas que cada vez identifica menos lo local y enfoca lo global como tema central del interés público.

En tanto al ejercicio periodístico, sucede que si antes el profesional producía bajo la influencia del poder Estatal, ahora se adecua a las políticas comerciales e institucionales que la empresa en la que labora le exige, ya sea en favor de un grupo comercial o de un círculo político. Lo cierto es que el periodista, no tiene garantizada la libertad de expresión que inspiró a los constituyentes liberales ni a los defensores de los derechos humanos, sino una libertad acotada al abanico de la oferta y la demanda.

Formal como materialmente, los medios de comunicación, escritos como electrónicos, a decir de Miguel Carbonell⁸, han tratado de influir en el quehacer estatal, no siempre en beneficio del bien común y de la libertad de expresión como a veces se ha querido entender, sino en su propio interés y conforme a procedimientos bien lejanos de la libertad de información de los usuarios: muchos medios de comunicación sirven a los intereses de sus propietarios, promueven las campañas que política, económica y culturalmente interesan a quienes pagan.

En todo esto pareciera que el Estado juega el papel de un empresario más dentro del campo de la competencia económica, en donde lo que interesa no necesariamente es el poder político, sino las ganancias económicas que represente la participación y el control de los flujos de información. Hoy parece que la discusión de los medios de comunicación radica en establecer un equilibrio entre los actores económicos y los derechos humanos, ya no solamente entre el poder político y estos últimos. Y es que el campo de acción en que se mueven los intereses económicos y comerciales es mucho más amplio que el legislativo, sus propias reglas trascienden los sistemas legales nacionales y se anticipan al establecimiento de los internacionales. El mundo de los negocios es el mundo que determina actualmente las formas de producción de los medios, por tanto, este ámbito mutable es el que debe considerarse en las normas jurídicas y políticas públicas, o como bien lo refiere Cossío Díaz, [...] como consecuencia de los cambios en las formas de producción y en los contenidos del derecho derivados de los cambios sociales y políticos [...] se dio una profunda transformación en las funciones, la legitimidad, los alcances y los significados de las normas jurídicas en particular y del derecho en general⁹.

IV. La democracia en la globalización

El otro fenómeno que desde la perspectiva de José Joaquín Brunner, explica la globalización, y que también hemos referido en líneas anteriores es el relativo a la difusión del modelo democrático como forma ideal de organización de la polis; esto es, la forma o sistema de gobierno basado en la democracia¹⁰ es, presuntamente el

más compatible y mayoritariamente adoptado en las organizaciones estatales con visión globalizadora, entendiéndolo a aquella precisamente como la forma de gobierno en la que, al contrario que en las monarquías y las aristocracias, el pueblo gobierna¹¹. O bien como lo plantea el filósofo Paul Ricoeur, a propósito de los momentos de tensión que vive nuestro país, la democracia es, ante todo dos cosas:

- En primer lugar la institucionalización del conflicto y la aceptación de su resolución por medios no armados. Toda sociedad es en esencia conflictiva, pero sólo los regímenes democráticos permiten resolver las tensiones entre los intereses divergentes sin emplear la fuerza. El pluralismo político debe ser reconocido y garantizado, cada uno debe aceptar que las urnas pueden traer resultados desfavorables para su partido.
- En segundo lugar, el régimen que se plantea como objetivo permanente reducir la distancia entre gobernantes y gobernados. Como esta distancia nunca se puede suprimir, la democracia es una forma de organización de la sociedad que no concluye, que se encuentra necesariamente en un devenir constante y bajo el efecto de las demandas que se expresan en la sociedad¹². Democracia implica un estado en el que existe alguna forma de igualdad política entre las personas.

Como sabemos la democracia ha evolucionado en el transcurso de la historia, en la cual ha tenido que superar diversos obstáculos, pero tiene la virtud de otorgar “aura de legitimidad” a la vida política moderna de cualquier país, toda vez que normas, leyes, decisiones gubernamentales son justificables y apropiadas si se realizan de forma democrática.

La democracia, busca y se distingue por realizar uno o más de los siguientes valores o bienes fundamentales: la igualdad, la libertad, el autodesarrollo moral, el interés común, los intereses privados, la utilidad social, la satisfacción de las necesidades y las decisiones eficaces. Y como lo señala François Furet, podemos clasificar dos tipos o modelos generales de democracia:

- La democracia directa o participativa, que es básicamente un sistema de toma de decisiones para las cuestiones públicas en el que los ciudadanos participan directamente; y
- La democracia liberal o representativa, que es un sistema de gobierno que comprende a funcionarios electos que asumen la representación de los intereses y/u opiniones de los ciudadanos en el marco del imperio de la ley¹³.

Siendo la democracia una gran conquista del individuo, y la base de la legitimación de todo gobierno resulta fundamental, determinante la práctica y la reflexión sobre ésta. La universalización de la democracia es un hecho político decisivo desde finales del siglo XIX.

En dicho contexto a principios del siglo XX Robert Dahl¹⁴ consideró dos cuestiones básicas en un sistema democrático:

Libertad de expresión. Los ciudadanos tienen el derecho a expresarse, sin correr peligro de sufrir castigos severos, en cuestiones políticas definidas con amplitud,

incluida la crítica a los funcionarios públicos, el gobierno, el régimen, el sistema socioeconómico y la ideología prevaleciente.

Variedad de fuentes de información. Los ciudadanos tienen derecho a procurarse diversas fuentes de información, que no sólo existen sino que están protegidas por la ley.

Estas instituciones fueron la base de los medios de comunicación en las democracias modernas, pero hoy el campo de ejercicio de las instituciones democráticas se han ampliado.

V. Medios de comunicación y su interrelación con la democracia

Acotados de forma genérica los aspectos más importantes de los medios de comunicación y la función del modelo democrático desde la perspectiva de la globalización, entre otras situaciones, podemos señalar que la relación entre medios y la democracia consiste en que la información es el fundamento de todo proceso democrático, o dicho en términos de Diego Valadés, citado por Issa Luna Pla¹⁵, todo proceso democrático es un proceso comunicativo, de ahí que existan intereses diversos en la posesión y ejecución de los medios, entre ellos el Estado, los mismos empresarios de los medios y en ocasiones, la sociedad organizada. Y es que la democracia es el resultado de procesos deliberativos y toda deliberación supone la modificación endógena de las preferencias a través de la comunicación¹⁶.

Por su parte, respecto al cambio en las bases comunicativas de la democracia, Brunner expone la influencia que representan los diversos medios de comunicación, es decir, la transformación de la democracia por la revolución contemporánea de las comunicaciones, ya que como sabemos inicialmente solo se hacía presente una democracia de elites, apoyada en la prensa; posteriormente se presentó una democracia de masas ayudada por la radio; y en la actualidad contamos con una democracia de públicos, animada por la televisión, desarrollando a través de la evolución ya descrita una opinión pública, entendida esta como una expresión evolutiva de la sociedad civil que oscila entre la dependencia y la autonomía; la manipulación y el descontento; el conformismo y el malestar¹⁷.

Dicha opinión pública en sus inicios solo representó exclusivamente a un círculo de letrados, esto es, fue estamental y proporcionó un espacio social para la expresión pública de los poderes privados; en seguida, dicho fenómeno se amplió a un círculo masivo, fue administrada centralizadamente y generó un espacio para la adhesión de líderes carismáticos. En la actualidad surge y se constituye a partir de la oferta de asuntos o temas movilizadores por los medios y en determinados momentos o situaciones puede representar no solo un factor de poder, sino de decisión-acción, aunque esta bajo la visión de Brunner, puede ser de dos aspectos, la opinión publicitada y la opinión pública encuestada.

Opinión publicitada. Habitualmente proviene de los círculos de influencia y los propios medios, produce los asuntos del día (la agenda del debate público) y las figuras hablantes (los líderes de opinión), reconstituyen una suerte de círculo letrado que disputan la notoriedad, la influencia y la determinación de la agenda. En dicho sector el mayor cambio es aquel provocado sobre el control de la comunicación

Opinión Pública Encuestada. Es aquella que se expresa mediante sondeos, y se realiza con el patrocinio de las industrias de la comunicación.

Pero ya nos encontremos ante una u otra, estas no dejan de tener un peso relevante en el ánimo y acciones de los gobernantes, y de la misma sociedad, ante tal panorama, Brunner¹⁸ se cuestiona, ¿qué hace el político ante este nuevo contexto?, responde que, al principio intenta controlar los medios de comunicación, pero de pronto se da cuenta de que esos intentos, residuos de otra época son vanos, pero que buscando adecuarse a la nuevas reglas del juego, surge, a su lado un nuevo gurú: el asesor de imagen. Y así, el político se convierte en publicitario: convence a su clientela de que un slogan reemplaza a un programa, la imagen a la personalidad y el estilo al alma, pero lamentablemente a este comunicador todavía frustrado le sucede otro, infinitamente más sutil, profeta y exegeta de la opinión pública, a la que escudriña y sigue con la misma profesionalidad y desvelo que un agente financiero las fluctuaciones de la bolsa¹⁹.

La evolución continúa o subsunción de la política por las comunicaciones produce también una mutación de la democracia por el lado de la opinión pública encuestada, que pasa a convertirse en el principal contrapeso frente a la influencia del círculo de opinión publicitada, lo que produce que la interacción entre gobernantes y gobernados no se ajuste al modelo de la opinión pública racionante y deliberativa que expone la teoría democrática; es obvio que se encuentra tan lejana de esta como el modelo de opinión pública burguesa (de los letrados) y el modelo de opinión pública masiva, sujeta a control por vía de la escasez informativa o la reglamentación de sus respuestas.

Se hace evidente también que este sistema de interacción solo genera un reiterado alejamiento entre la opinión publicitada y la opinión encuestada, que lleva a un generalizado decaimiento de la política. Se impugna a ésta, precisamente, por su alienación respecto a los problemas cotidianos de la gente común; problemas que, por su parte, son definidos en gran medida por los propios medios de comunicación. Con todo esto la política queda atrapada en un dilema típicamente posmoderno. O se convierte ella misma en una práctica comunicacional de seducción, popularizándose al nivel de los sentimientos y demandas de la opinión pública encuestada (la política como focus group y marketing de asuntos); o bien ella se constituye en otro sistema experto adicional de la sociedad, sustrayéndose del escrutinio público²⁰.

Pero más allá de las confrontaciones que entre los tipos de opiniones citadas se presenten, entre estas y el poder estadual, o la reducción que de la “democracia”

hacen los políticos a spots o comerciales, la interrelación de los medios de comunicación y la democracia se enfrentan a otro problema, ya que actualmente en todos los países con preferencias democráticas la tendencia es que el poder económico está representado en los medios y los ha convertido en un espacio privado, permitiendo el intercambio con la sociedad y el Estado a condición de la rentabilidad que esto signifique. En las sociedades democráticas se espera que los medios funcionen bajo un esquema mucho más complejo que –adelantándonos un poco al dilema capital de los medios y la democracia– usualmente no empata con el mencionado modelo de mercado.

- Producir información, cultura, educación y entretenimiento que contribuya a la formación de una cultura cívica;
- Supervisar y vigilar la gestión y organización del poder público;
- Servir al interés público de los ciudadanos; y
- Difundir dicha información y convertirla atractiva para la audiencia. En este aspecto, una vez que se hayan establecido las normas jurídicas que den figura a un sistema democrático, el papel del Estado, en palabras de José Ramón Cossío, “se reduce a velar por el cumplimiento de las modalidades de los derechos, sea para impedir los abusos, o sea para anular los actos contrarios a las normas.”

Pero los anteriores funciones encaminadas a privilegiar el interés público, entendido este como una de las arenas clave en la que los ciudadanos se constituyen, se informan y tienen la posibilidad de deliberación²², tienen nula resonancia, ya que finalmente el interés público posee menor consideración y atención en los medios de comunicación que las ganancias económicas generadas por el sensacionalismo, las historias triviales y el amarillismo, a diferencia de los ocurrido a principios del siglo XXI, tiempo en que el equilibrio entre el interés público y las ganancias económicas de las industrias es lo que dibuja el dilema de los medios en una democracia²³.

Y es aquí donde encontramos un nuevo elemento a esta interrelación que hemos venido planteando, ya que no solo tenemos medios de comunicación-democracia, sino economía, la cual replantea el reconocimiento y priorización de las verdaderas fuerzas de intereses, Luna Pla, al respecto señala que, Este dilema se dilata entre la política, la economía y el derecho, en pocas palabras, “si las instituciones democráticas son universalistas –ciegas a la identidad de los participantes–, quienes dispongan de mayores recursos tendrán más posibilidades de imponerse en los conflictos dirimidos por la vía democrática²⁴.”

La interacción democrática funciona por medio de la promoción de intereses y éstos se dirimen generalmente en los medios de comunicación; materialmente, las fuerzas capacitadas actúan de manera colectiva y funcionan activamente cuando se trata de la instrumentación y codificación de sus intereses, y si tomamos en cuenta

que el poder económico puede convertirse en poder político, las consecuencias de no vislumbrar las verdaderas fuerzas de control sobre la información, que alimenta o segrega a la democracia, impactan a la sociedad y al sistema de forma directa.

Referido lo anterior bien podemos admitir y puntualizar lo siguiente:

- Los diversos medios de comunicación ya no son instrumentos, el espacio por excelencia considerado para concretizar la libertad de expresión, derecho que en variados momentos brindó, y aunque en menor nivel, sigue brindando protección a individuos-grupos ante las constantes amenazas de las fuerzas de poder;
- Los medios de comunicación como sector industrial de una Nación poseen un fuerte poder económico, que como toda fuerza económica deja sentir su influencia en el ámbito político, pero que paradójicamente en muchas ocasiones es precisamente el poder político el que alimenta al poder económico, previo uso indiscriminado e inducción de los dos tipos de opinión que hemos citado en líneas anteriores;
- En el proceso de la transformación de la democracia por la revolución contemporánea de las comunicaciones, en el que como lo hemos referido en líneas anteriores, solo se hacía presente una democracia de elites, la cual tenía su alimento en la prensa, posteriormente tuvimos una democracia de masas impulsada por la radio, para llegar en la actualidad a una democracia de públicos fundamentada básicamente en la televisión. Dicho proceso con sus respectivas manifestaciones es el que explica en parte la influencia, en ocasiones determinante para decidir no solo por tal o cual producto, sino por tal o cual visión o proyecto de país.
- Por el posicionamiento económico-político y la influencia que sobre la sociedad ejercen los medios de comunicación, estos, en momentos de tensión, determinantes en el desarrollo democrático y crucial en la vida de las instituciones se prestan y convierten en el escenario sobre el que se plantean, discuten y proponen las acciones y decisiones futuras, dicha dinámica dirigida por comunicadores-periodistas de reconocido prestigio;
- Por último, y como un aspecto residual, de menor envergadura, pero que pese a todos los intereses creados y la misma revolución tecnológica, los medios de comunicación siguen siendo el instrumento que materializa la libertad de expresión y de información de los seres humanos.

Los rubros señalados hacen a los medios de comunicación un tema no solo complicado, sino muy amplio de estudiar y difícil para presentar conclusiones únicas e inequívocas, mayor aún si tratamos de explicar la interrelación de las realidades que nos ocupan en los diversos países, ya que cada uno de estos presenta elementos jurídicos, históricos, así como costumbres que les son propias, particulares y diferentes frente a otras entidades estatales.

VI. Medios de comunicación y democracia en México. A propósito de elecciones presidenciales

Acotado lo anterior, el presente apartado tiene como propósito analizar de forma genérica la realidad mexicana desde alguna de vertientes anotadas en el apartado anterior, en dicho contexto podemos referir lo siguiente:

1. El fuerte impulso, expansión e incluso invasión que las grandes transnacionales realizan para ubicar en las preferencias y gustos de los consumidores mexicanos sus productos, combinado con la lucha que entre medios de comunicación – televisivos principalmente– sostienen por obtener los mayores niveles de audiencia y el ambiente posmoderno²⁵ que cada día se amplía y que produce en el individuo un generalizado vaciamiento de sentidos²⁶, valores, reflexión, armonía con los que le rodean y con el medio ambiente, entre otras situaciones, ha generado que muy lejos y casi en el olvido queden las historias y luchas de los grandes personajes que pugnaron por un espacio para expresar sus ideales como en su momento lo hizo, entre otros, el Dr. Belisario Domínguez Palencia.

O, más recientemente Manuel J. Clouthier y Cuauhtemoc Cárdenas, quienes ante la censura ordenada por el entonces Presidente de la República, no dudaron en encabezar las protestas, desde sus respectivas trincheras, y en presidir numerosas marchas y plantones contra la cerrazón de la única televisión abierta, en cuyas pantallas no aparecían ni siquiera pagando los elevados costos del tiempo aire. Con la boca tapada en señal de protesta por la censura impuesta llegaron al extremo de proponer a los votantes un boicot contra la televisora en tanto que los anunciantes fueron invitados a retirar sus patrocinios. La arenga y la consecuente reacción social resultaron efectivas. Aunque de manera tardía, la empresa abrió un resquicio que permitió a los electores ver y escuchar en las pantallas de la televisión privada, hacia el final de la contienda, a los candidatos Cárdenas y Clouthier.

Los medios de comunicación actualmente en su gran mayoría se encuentran abiertos a las diversas corrientes y expresiones políticas, económicas, educativas, sociales, etc., no es necesario morir para que brinden un espacio, pero estos primordialmente son utilizados por las grandes cadenas comerciales y los programas de entretenimiento, exhibicionismos y amarillismo que llevan al televidente a otra realidad.

2. Ahora, los medios de comunicación como un sector industrial de nuestro país no solo con poder económico, sino también mediático con amplio arraigo e influencia entre la sociedad, valiéndose de ambos poderes han logrado grandes e importantes concesiones, la mayor de todas concretizada recientemente en el Decreto por el que se Reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones y de la Ley Federal de Radio y Televisión,

aprobado el 30 de marzo de 2006 y publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de abril de este mismo año, ya que en dicha reforma, entre otras concesiones, enlistadas por el columnista Ricardo Alemán, como por ejemplo: Se establece que el criterio para el otorgamiento de nuevas concesiones de radio y televisión no sea ni el de la calidad, ni el profesionalismo y, sobre todo, ni a proyectos de interés general. No, el nuevo criterio para asignar concesiones es el del dinero. Es decir, serán nuevos concesionarios que cumplan sólo el criterio de contar con el mayor capital. En pocas palabras, una subasta mercantil. Evidentemente se favorecen los monopolios porque además no se ponen límites a la concentración de concesiones.

Que los interesados en ser postores –empresario radiofónico– podrán contar hasta con 49% del capital de origen extranjero. Evidentemente que ante tal admisión solo las actuales empresas, principalmente, son las que podrán estar en condiciones de aspirar y concretizar la adquisición de nuevas concesiones; amén de que también se permite que los dueños de la radio y la televisión pueden integrar a sus ejecutivos como consejeros a la Cofetel.

Concesionarios que deseen prestar servicios de telecomunicaciones adicionales a los de radiodifusión –entendida radiodifusión como radio y televisión– a partir de las bandas que ya tienen concesionadas, sólo deberán presentar su solicitud a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. A su vez, la “secretaría podrá requerir el pago de una contraprestación cuyo costo se determinará tomando en cuenta la amplitud de la banda del espectro radioeléctrico en la que se prestarán los servicios de telecomunicaciones adicionales a los de radiodifusión”, esto es como producto de la conversión tecnológica, o si se quiere, “la migración” hacia la televisión digital, todo aquel concesionario de televisión que cambie de tecnología –de la actual a la digital– tendrá disponibles canales en el espacio radioeléctrico, que podrán ser usados para “telecomunicaciones adicionales” como telefonía, videojuegos, música, internet, entre otros. En breve, supongamos que la señal de televisión, como la conocemos, se transmite por un cable de una pulgada. Ahora bien, vamos a suponer que la televisión digital se transmite por un cable de un cuarto de pulgada. Queda claro, en el anterior supuesto, que están libres tres canales de un cuarto de pulgada. Esos tres cables excedentes de un cuarto de pulgada, según las modificaciones, no deberán ser vistos por la autoridad como nuevas concesiones, y menos que regresen al poder del Estado, sino que las televisoras las pueden usar para “telecomunicaciones adicionales”, para comercializar, entre otros, servicios de telefonía y entretenimiento. Y para hacer uso comercial de esos nuevos canales –una vez adoptada la tecnología digital–, sólo lo informarán a la SCT, y la propia “secretaría” no impondrá un pago por esas concesiones, únicamente “podrá solicitar una contraprestación económica”²⁷.

Solo hicieron más evidente que la combinación de los poderes económicos y mediáticos de las empresas televisoras del país son capaces de dictar, e incluso dirigir las acciones a seguir en los temas que son de su interés, obviamente doblegando la imparcialidad, autonomía y justicia con las que el estado debe de actuar; ya no hablemos de escuchar o atender la reacción contraria que la sociedad pudiera presentar. Como lo sostenía el columnista Ricardo Alemán antes de que las reformas y adiciones referidas se concretizaran, en las cuales a su decir sacrifica el beneficio social y solo privilegia el beneficio empresarial, arrebatándole al Estado facultades fundamentales para la regulación del espectro televisivo y radioeléctrico, afirma que dicha situación no representa otra cosa, más que la consumación de una nueva jerarquía de los poderes; y la confirmación y hasta legalización de las empresas televisoras como poder fáctico que rebasa los poderes institucionales, siendo capaz incluso, de construir o destruir candidaturas a puestos de elección popular; sean diputados, senadores, gobernadores, jefes de gobierno o al mismísimo Presidente de la República²⁸.

3. Finalmente, y como lo señalamos en líneas anteriores, por posicionamiento económico-político y la influencia que sobre la sociedad ejercen los medios de comunicación, estos, en momentos de tensión, determinantes en el desarrollo democrático y crucial en la vida de las instituciones se prestan y convierten en el escenario sobre el que se plantean, discuten y proponen las acciones y decisiones futuras, dicha dinámica dirigida por comunicadores-periodistas de reconocido prestigio. Lamentablemente lo anterior es una práctica que en los últimos años se ha hecho constante en detrimento de las instituciones. El ejemplo más palpable de dicho desplazamiento es el ocurrido el pasado primero de septiembre, el que con motivo del conflicto electoral y el quasi estado de sitio en los alrededores de las instalaciones del H. Congreso de la Unión, un grupo de legisladores “tomó” la tribuna y mesa directiva de la instancia referida. De manera inusitada y con mayor evidencia en esos días, como se sabe, se cerró la posibilidad de consensos, de diálogo, de acuerdos. Resultaba difícil de entender que el espacio por excelencia dedicado para lograr acuerdos haya caído en una parálisis, en una crisis que no permitía ver con claridad el rumbo a seguir. Ante dicho panorama, los medios de comunicación, prestos y ávidos a influir e intervenir en los asuntos públicos, se autodenominaron mediadores, e incluso en algunos casos jueces. Así, y lo que horas antes de la toma de tribuna no había podido discutirse, horas posteriores a dicha situación sí se pudo discutir, analizar y proyectar en una mesa redonda con los principales actores de situación, esto es, en varios de los programas de los llamados de análisis creados por televisoras y radio citaron a los protagonistas de las partes, les propusieron realizar una análisis de la cuestión, y los invitaron a solucionar la problemática.

La diversidad de entender, o interpretar los hechos cotidianos, el interés por mantener a salvo los dividendos comerciales y mantener buena relación con quien en su momento detente el poder, son las cuestiones que motivan la inclinación hacia una u otra posición y buscan imponerla en el resto de la población. El intervencionismo de los medios de comunicación, en aras de privilegiar el derecho a la información en la mayoría de las ocasiones se desborda expresando una posición personal, parcial que finalmente en nada beneficia a la democracia.

VII. Consideración final

La función de los medios de comunicación en un país en la dinámica globalizadora debe ser la de cohesionar los valores, identidades y costumbres de aquel, para que ante la avalancha de información y existencia de otras realidades la propia no se desdibuje, no se pierda. En otro sentido, los medios de comunicación mediante una normatividad en la materia no solo debe ser canal para venta de mercancías y entretenimiento barato, absurdo y en ocasiones ridículo y grotesco. En dicho sentido resulta como una tarea importante del gobierno alentar en la ciudadanía, organizada en agrupaciones no gubernamentales la manifestación sus ideas-expresiones, previa regulación normativa que obligue a las empresas de la comunicación abrir espacios gratuitos ante tales ideas-expresiones

La intensa e inevitable relación de los medios de comunicación con el proceso democrático de un país, mayor aún si esta es incipiente como la mexicana, requiere de una normatividad que regule de manera precisa y clara, sin lesionar los derechos de libertad de expresión y de información, los límites de intervención de aquellos en las cuestiones públicas.

La supremacía del aparato de gobierno, así como el interés por el beneficio de las mayorías debe fortalecerse y volverse inquebrantable ante el poder económico y mediático de las empresas de comunicativas.

Notas

1. Candidata a Doctor en Derecho Público por el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Veracruzana.
2. <http://www.logicient.com.mx/jesuspc/rve.6/huizar.html>
3. Idem
4. *Globalización Cultural y Posmodernidad*, Fondo de Cultura Económica, México, 1998, p. 27
5. "El impacto de la globalización en la reforma del estado y del derecho en América Latina" en American Society of International Law, México, 1997, p. 317
6. *Ob. Cit.* p. 27

7. Entendido como cualquier objeto que hace las veces de vía para conducir información de un sujeto a otro.
8. Constitución, Reforma Constitucional y Fuentes del Derecho en México, 3ª edición, Porrúa-UNAM, México, 2000. p. 45
9. *Cambio social y cambio jurídico*. ITAM-Miguel Angel Porrúa. México 2001. p. 309
10. El término democracia, se incorporó al inglés en el siglo XVI, proveniente de la palabra francesa *democratie*, sin embargo, sus orígenes son griegos. Democracia deriva de *démokratia*, cuyas raíces etimológicas son *demos* (pueblo) y *kratos* (gobierno).
11. Held, David, *Modelos de Democracia*, Traduc. Teresa Alberó, 2ª reimpresión, Alianza Universidad, Madrid, 1996, p. 16. Véase también, Rafael del Aguila et al, *La Democracia en sus textos*, Alianza Editorial, Madrid, 1998; Dahl, Robert A., *Los dilemas del pluralismo democrático. Autonomía versus control*, Traduc. Adriana Sandoval, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Alianza Editorial, México, 1991.
12. Ricoeur, Paul, citado por Couffignal, Georges, "Triunfos y debilidades de los procesos de democratización de América Latina, Neoliberalismo y Transformaciones del Estado Contemporáneo, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco-GRESAL Universidad Pierre Mendes France de Grenoble, p.284-285
13. "Democracia y Utopía" en *Este País*, Número 98, mayo de 1999, México. p. 20
14. *La democracia y sus críticos*, Paidós, Barcelona-Buenos Aires-México. 1992, p. 267
15. http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n23/23_iluna.html
16. Idem
17. Brunner, *Ob. Cit.* p. 113
18. *Ob. Cit.* p. 113
19. Idem
20. Idem
21. Ver dirección referida
22. Croteau y Hoynes, *ob. cit.*, p. 36
23. Idem
24. Ver dirección citada
25. Según Brunner, *Ob.cit.* p. 49, debe entenderse por posmodernidad, algo más que un movimiento de contornos definidos, representa más bien, un estado de ánimo, de manera de nombrar diversos fenómenos que no sabemos si están unidos y cómo, una condición humana temporalmente determinada, un predicamento; algo; en suma, que tiene que ver con la incertidumbre de nuestros días.
26. *Ibidem*, p. 53
27. <http://alt1040.com/archivo/2006/03/28/una-explicacion-mas-clara-a-la-infame-%C2%ABley-televisa%C2%BB/>
28. Idem

Bibliografía

- AGUILA del, Rafael et al, *La Democracia en sus textos*, Alianza Editorial, Madrid, 1998;
BRUNNER, José Joaquín, *Globalización Cultural y Posmodernidad*, Edita Fondo de Cultura Económica, México, 1998.

- CARBONELL, Miguel, *Constitución, Reforma Constitucional y Fuentes del Derecho en México*, 3ª edición, Porrúa-UNAM, México, 2000.
- COSSÍO DÍAZ, José Ramón, *Cambio social y cambio jurídico*. ITAM-Miguel Angel Porrúa. México 2001.
- COUFFIGNAL, Georges, *Triunfos y debilidades de los procesos de democratización de América Latina, Neoliberalismo y Transformaciones del Estado Contemporáneo*, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco-GRESAL Universidad Pierre Mendes France de Grenoble.
- DAHL, Robert A., *Los dilemas del pluralismo democrático. Autonomía versus control*, traduc. Adriana Sandoval, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes-Alianza Editorial, México, 1991.
- DAHL, Robert A., *La democracia y sus críticos*, Paidós, Barcelona-Buenos Aires-México. 1992
- FIX-FIERRO, Héctor et al, “*El impacto de la globalización en la reforma del estado y del derecho en América Latina*” en American Society of International Law, México, 1997.
- HELD, David, *Modelos de Democracia*, Traduc. Teresa Alberó, 2ª reimpresión, Alianza Universidad, 1996, Madrid,
- WITKER, Jorge, “*El derecho económico en el siglo XX: globalización y derecho*” en La ciencia del Derecho en el siglo XX, UNAM, México, 1998.
- FURET, François, “*Democracia y Utopía*” en Este País, Número 98, mayo de 1999, México.

Internet

- <http://www.internet.com.uy/rfernand/manifiesto/index.html>
- <http://www.logicient.com.mx/jesusp/rve.6/huizar.html>
- http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/decre/LFTel-LFRT_11abr06.doc
- http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n23/23_rfuentes.html
- http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n23/23_iluna.html
- <http://alt1040.com/archivo/2006/03/28/una-explicacion-mas-clara-a-la-infame-%C2%Abley-televisa%C2%BB/>

Director de la Serie
Lic. Noé Díaz Pedraza

ISBN 970995908-5



Colección "Transformaciones
Jurídicas y Sociales" No. 3

www.themis.umich.mx