DEL #YOSOY132 A LA REFORMA EN TELECOMUNICACIONES: RECUPERANDO LA AGENDA DE LA DEMOCRATIZACIÓN DE LOS MEDIOS EN MÉXICO

GT3: Comunicación Política y Medios

Omar Cerrillo Garnica
Universidad: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
Campus Cuernavaca
País: México
Correo electrónico: ocerrillo@hotmail.com

Objetivos y/o Tema Central

Revisar la agenda de democratización de los medios en México, desde la campaña presidencial, movilizada fundamentalmente por el movimiento estudiantil #yosoy132; hasta la reforma en telecomunicaciones realizada en 2013. Se realizará un análisis de ambas agendas, para encontrar aciertos y huecos en la actual legislación en la materia.

Enfoque o Metodología de Abordaje

Análisis Comparado

Resumen

El presente trabajo expone la evolución de la agenda de democratización de los medios de comunicación en México, tomando como punto de partida el propio

proceso electoral de 2012, donde emergió un movimiento estudiantil, siendo una de sus principales demandas una agenda de reformas en comunicación. Ya una vez en funciones el nuevo gobierno, se echó a andar una reforma constitucional en la materia. En un primer momento, nuestro trabajo realiza un contraste entre ambas agendas, la del movimiento #yosoy132 y la del nuevo Gobierno Federal, buscando tanto las coincidencias como las diferencias entre ambas. En un segundo momento, recuperaremos algunos aspectos teóricos sobre los procesos de democratización de la comunicación, particularmente la noción de ecología de medios, de la cual se desprenderá una visión más amplia de un proceso que se ha reducido a la injerencia de los actores del mercado de comunicación y sus audiencias; una noción de ecología que comprenda también la visión comunitaria y ciudadana, indispensable para la total democratización de la comunicación.

Introducción

En 2012, un inesperado movimiento estudiantil apareció en la agenda electoral de México. Surgido en la Universidad Iberoamericana, este movimiento se construyó a través de una fuerte comunicación vía Internet y las redes sociales digitales, por lo que se caracterizó como un fenómeno social muy dinámico, plural e incluyente; tomando alcances que sólo los movimientos maduros establecen (Tarrow, 2009), como establecer vínculos con otros movimientos sociales tanto nacionales como internacionales, modificar la agenda de las instituciones, entre otros más. A pesar de contar con otras importantes banderas de lucha social como la democratización de los medios de comunicación, la focalización en la animadversión en contra del candidato del PRI –partido que gobernó el país por siete décadas–, una vez acaecido el triunfo electoral del candidato de este partido, Enrique Peña Nieto, el movimiento fue poco a poco cayendo, hasta llegar a un último evento explosivo, que fue la toma de protesta del nuevo presidente.

En este trabajo recuperamos fundamentalmente en la búsqueda de este movimiento por agilizar la democratización de los medios en México. Asimismo, es importante tomar en consideración que la dinamización del movimiento social fue un claro ejemplo de esta democratización, pues su génesis y apogeo se dio gracias al uso de medios alternativos de comunicación, particularmente de la comunicación digital. Con ello buscamos demostrar que el #yosoy132 se mostró como un movimiento social dinámico y con un vertiginoso crecimiento gracias al uso de redes sociales digitales. Estas acciones son dignas de análisis y de consideración como marcos de comunicación innovadores. Es así que la revisión de lo realizado, por el movimiento estudiantil se hará en dos sentidos: analizar el movimiento y sus sistemas de comunicación con sus consecuentes implicaciones en la organización y estructura del movimiento y la percepción de la elección; así como revisar su propuesta de democratización de los medios como una agenda tentativa de cambio estructural de los sistemas comunicativos en México.

En complemento a lo anterior, al inicio del actual gobierno de Enrique Peña Nieto, se promovió una Reforma en Telecomunicaciones que fue promulgada en mayo de 2013, con lo que entraron en vigor una serie de cambios al régimen del sistema de comunicación que venía criticando el movimiento estudiantil durante el año previo. El objetivo central de nuestro trabajo es revisar ambas concepciones de “reforma”, encontrar similitudes y diferencias, para así establecer avances y pendientes en materia de democratización de los medios de comunicación en México.

El texto estará dividido en tres partes. En primer lugar, realizaremos un recuento de los hechos asociados al movimiento estudiantil #yosoy132, enfocándonos principalmente en los aspectos comunicativos de la acción del movimiento; en un segundo tiempo, haremos una exposición de las dos agendas reformativas, la del

movimiento estudiantil y la del gobierno federal; para en un tercer lugar, realizar el análisis correspondiente al contraste de los datos antes ofrecidos.

El movimiento #yosoy132: un hito en comunicación política

En el marco de las campañas presidenciales, la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México, una de las universidades privadas más prestigiosas de México, convocó a los cuatro candidatos a la Presidencia de México a dictar conferencias en el campus universitario para la comunidad académica.

Cabe señalar que esta casa de estudios ha estado históricamente asociada a la derecha en México. Doce años después, la Ibero parecía otra institución, lo cual terminó de redondearse el viernes 11 de mayo, cuando la postergada visita del candidato presidencial Enrique Peña Nieto del Partido Revolucionario Institucional (célebre por el mote dado por Mario Vargas Llosa de ser “la dictadura perfecta” durante el siglo XX), favorito de los dueños de las televisoras y otras empresas cuasimonopólicas del país, por fin tuvo lugar.

La controversia entre el aplauso y el abucheo sucedió desde su arribo, y no paró durante toda la presentación que duró alrededor de 50 minutos contando también la sesión de preguntas y respuestas, donde pudimos notar a un Peña Nieto titubeante y cantinflesco. Intentó ser conciliador, pero sucumbió a la tentación autoritaria y respondió lo injustificable, pues había sido increpado sobre un acto de brutalidad policiaca que se había realizado en los años en los que fue gobernador del Estado de México. Ya fuera de tiempo, Peña Nieto volvió a tomar el micrófono para hablar del caso Atenco: “Sin duda dejé muy firme la determinación del gobierno de hacer respetar los derechos del Estado de México. Tomé la decisión de emplear la fuerza pública para mantener el orden y la paz” (Cervantes, 2012). Esta declaración desató la furia de la comunidad académica. Era a todas luces

una reminiscencia del discurso que pronunció el ex presidente Gustavo Díaz Ordaz a un año de la matanza del 2 de octubre[1]. Si la llegada a la universidad no había sido tersa, su salida fue una verdadera odisea. De los abucheos pasamos a gritos de “asesino” y “la Ibero no te quiere”, ante lo cual, su equipo de seguridad decidió esconderlo en un baño mientras buscaban una ruta de escape.

Siendo Peña Nieto el favorito de las televisoras, esa tarde y esa noche no se informó gran cosa de lo sucedido en la universidad en los medios tradicionales como periódicos, radio y televisión. Sin embargo, algo muy distinto estaba ya sucediendo en las redes sociales. En *Twitter* surgieron los *hashtags* #EPNlaIBEROnoTEquiere o #MeEscondoEnElBañoComoEPN; en *YouTube* era posible ver los videos tomados con teléfonos celulares de los estudiantes en los cuales se alcanzaba a apreciar la huida del candidato priista y se escuchaban claramente las consignas en su contra. La venda mediática que la televisión estaba acostumbrada a usar sobre la sociedad mexicana no estaba funcionando más; los emergentes medios digitales la habían nulificado.

Horas más tarde, en la propia radiodifusora de la universidad, el presidente del PRI Pedro Joaquín Coldwell pidió investigar a los jóvenes que habían participado en las protestas contra Peña Nieto, pues, a su juicio, pudieran ser infiltrados y no estudiantes. Los locutores le aseguraron que el acceso a la universidad estuvo controlado, por lo que esto no pudo haber sucedido (sin embargo.com.mx). Arturo Escobar y Vega, coordinador de los Senadores del Partido Verde Ecologista de México, dijo en entrevista en el noticiero de Cadena Tres que había un grupo “no quiero decir jóvenes porque ya estaban mayorcitos, calculo de 30 a 35 años para arriba, incitando, era un grupo minoritario, no pasaban de 20 personas, incitando

[1] En su IV Informe de Gobierno, el 1º. de septiembre de 1969, Díaz Ordaz dijo en referencia a la masacre de Tlatelolco: “Por mi parte, asumo íntegramente la responsabilidad personal, ética, social, jurídica, política e histórica por decisiones del Gobierno en relación con los sucesos del año pasado” (youtube.com, 2009)

un poco a crear un escándalo, la cosa no pasó a mayores". Y Emilio Gamboa Patrón, líder nacional de la Confederación de Organizaciones Populares, filial del PRI, señaló que "fue un boicot, una trampa, una actitud "porril" provocadora, pero el candidato no cayó en eso" (Galván, 2012).

Al día siguiente, la portada de varios de los diarios de la Organización Editorial Mexicana (OEM), propiedad de Vázquez Raña, minimizaron la situación y sesgaron la información al colocar en los encabezados de sus periódicos en todas las ciudades del país donde tenían presencia, la frase "Éxito de Peña Nieto en la Ibero pese a intento orquestado de boicot", colocando de igual manera la misma fotografía que mostraba al candidato dictando su mensaje ante un auditorio atento y respetuoso.

Esto suscitó una reacción inédita. El 14 de mayo circuló en *YouTube* la respuesta a este señalamiento, donde, en un video autoproducido –autocomunicación de masas, en el más puro sentido de Manuel Castells (2012)–, 131 estudiantes de la Ibero responden:

> "Estimados Joaquín Coldwell, Arturo Escobar, Emilio Gamboa, así como medios de comunicación de dudosa neutralidad, usamos el derecho de réplica para desmentirlos. Somos estudiantes de la Ibero, no acarreados, no porros; y nadie nos entrenó para nada" (YouTube, 2012).

Después de esta introducción, uno a uno, los 131 mostraron sus credenciales y dijeron sus nombres. Este video también tuvo ecos inmediatos en las redes sociales. De acuerdo con la crónica que se hace de este movimiento, a las seis

horas de la publicación del video ya tenía 21 mil 747 reproducciones[2], creando tal empatía con sus compañeros en las plataformas, que comenzaron a mostrar su apoyo. Todos los que aplaudían esta valiente acción de los estudiantes de la Ibero comenzaron a tuitear #yosoy132 en señal de apoyo a estos estudiantes, siendo el tema más visto en Twitter por 2 semanas consecutivas; la mayoría, estudiantes universitarios de otras casas de estudios.

En menos de una semana, el 18 de mayo, se realizaba ya la primera marcha de la organización afuera de las instalaciones de Televisa Santa Fe y de Televisa San Ángel. En un hecho casi inédito, el noticiero estelar de esta empresa, con el conductor Joaquín López-Dóriga, dedicó ocho minutos a estas movilizaciones. Milenio TV y Cadena Tres dedicaron menos de un minuto al tema, mientras que el noticiario estelar de TV Azteca, el otro medio con el que se conforma el duopolio televisivo en México, no hizo mención al tema.

Ante el desconcierto de Televisa, que no entendía por qué jóvenes de una de las universidades privadas más caras del país se manifestaban contra el candidato del PRI, el 22 de mayo Emilio Azcárraga Jean, presidente del corporativo, señaló a través de su cuenta de *Twitter,* que "en Televisa valoramos a los jóvenes y escuchamos sus opiniones. Siempre estaremos abiertos a ellas". Al día siguiente, el movimiento convocó a un mitin en la *Estela de Luz* en la Ciudad de México, donde dio a conocer su declaratoria, haciendo públicos sus dos principales objetivos fundacionales: la exigencia de una cobertura noticiosa objetiva y la democratización de los medios de comunicación.

Apenas un mes después, el movimiento era tan popular que había logrado convocar a los candidatos presidenciales a un debate extra oficial organizado por el movimiento. Asistieron todos menos Peña Nieto, quien se negó a participar

[2] Al día 12 de octubre de 2013, este video cuenta con 1 millón 218 mil 898 vistas.

alegando inequidad en el evento. El 19 de junio los otros 3 candidatos presidenciales se reúnen para recibir las preguntas de la ciudadanía en el evento organizado por los jóvenes del movimiento. Dicho debate fue transmitido por diversos canales de Internet, así como radio universitaria y radio pública; logrando entre los 96 mil a 112 mil conexiones. El evento tuvo algunos problemas de transmisión, pero al final el ejercicio fue todo un éxito.

Llegó julio y con ello las elecciones. Al final, la televisión y su candidato demostraron el músculo y lograron imponerse, sin que por ello terminaran las protestas y las acciones del movimiento estudiantil. En consecuencia, el 22 de julio se realizó la Segunda Mega Marcha en más de cincuenta ciudades del país[3] y en ocho del extranjero[4]. La siguiente movilización fue la toma pacífica a Televisa por 24 horas, denominada *#OcupaTelevisa*, que comenzaría alrededor de las 23 horas del día 26 de julio y terminaría a la misma hora del día siguiente. En Televisa Chapultepec se reunieron más de diez mil ciudadanos[5]. Hacia el final de la emisión del noticiero de Joaquín López-Dóriga, se dedicó una nota del suceso en el exterior de sus instalaciones de apenas veinte segundos, pero sin transmisión del audio. Incluso la manifestación alcanzó al equipo de Televisa en Londres, que con motivo de los juegos olímpicos se encontraban en aquella ciudad europea. Los manifestantes interrumpieron una grabación que realizaban fuera del estadio

[3] Acapulco, Aguascalientes, Cancún, Celaya, Ciudad de México, Ciudad del Carmen, Ciudad Juárez, Ciudad Madero, Coahuila, Coatzacoalcos, Colima, Córdoba, Cuautla, Cuernavaca, Culiacán, Chihuahua, Chilpancingo, Durango, Ensenada, Guadalajara, Hermosillo, Irapuato, Jalapa, Lázaro Cárdenas, León, Matamoros, Mérida, Mexicali, Monterrey, Nuevo Casas Grandes, Orizaba, Oaxaca, Parral, Puebla, Puerto Vallarta, Querétaro, Reynosa, Saltillo, San Cristóbal de las Casas, San Luis Potosí, Tijuana, Tapachula, Tehuacán, Tlaxcala, Toluca, Torreón, Tuxtla Gutiérrez, Veracruz, Villahermosa y Zacatecas.

[4] Ámsterdam, Dallas, Los Ángeles, Madrid, Nueva York, París, Quebec y Raleigh.

[5] Guadalajara, Acapulco, Aguascalientes, Cancún, Cuernavaca, Chetumal, Chihuahua, Ensenada, Hermosillo, Monterrey, Poza Rica, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Tampico, Tijuana, Veracruz y Zacatecas. También cercaron las instalaciones de TV Azteca, en León, y de los diarios el Sol de Durango y el Diario de Xalapa (Alfaro, 2012).

Saint James Park, en el cual momentos antes había participado la selección nacional de fútbol[6].

Este fue el último evento realmente relevante del movimiento. Ya para el 19 de septiembre, había sido popular en *Twitter* un *hashtag* titulado #deyosoy132aprendi, donde se encontraban diferendos importantes. Había desde arengas para continuar el movimiento, reflexiones en torno a la reconstrucción del país, así como críticas a los jóvenes que participaron y rechazo general al movimiento. Sin embargo, el movimiento deja una impronta en la cultura política de México al incorporar nuevas formas de comunicación y organización que pueden traducirse incluso en innovaciones para ejercer militancia y participación política.

La democratización de los medios según #yosoy132

Como ya se mencionó con antelación, el movimiento estudiantil tenía como una de sus principales demandas como movimiento social la democratización de los medios de comunicación en México; asunto que se evidenció en el evento que le dio origen, pues las animadversiones contra Enrique Peña Nieto en la Universidad Iberoamericana fueron tratadas con una visión sesgada en los principales medios impresos y de radiodifusión del país. De ahí se fue realizando una agenda sobre el tema al interior del movimiento estudiantil, donde se expusieron sus aspectos fundamentales.

Para #yosoy132, un cambio en la política de comunicación de México es “una pieza fundamental de la transición democrática del país” y debe considerarse como “servicio público”, aspecto que implica una mayor atención del Estado,

[6] Un video de esta manifestación se puede ver en la siguiente dirección: http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=0TuOaVomuF4

limitando así la exacerbada presencia de las llamadas “figuras dominantes del mercado”, como Televisa.

Se propone una distribución del espectro radioeléctrico en tres tipos de concesiones: a) de uso privado, con finalidad completamente comercial; b) de uso público, donde se considera la participación del Estado en la producción de contenidos de interés público; y c) uso social-comunitario, donde se consideran las producciones locales, indígenas, gremiales, entre otras. En la propuesta también se habló de la creación de un Ombudsman de las audiencias, la creación de un consejo técnico de contenidos, así como la elaboración de códigos de ética; todo ello encaminado para la regulación de los contenidos en los medios y así privilegiar los “derechos de las audiencias”. Para ello, se considera también la creación de un organismo regulador con autonomía funcional, administrativa y financiera.

En lo que respecta a la comunicación vía Internet, el #yosoy132 considera fundamental contar con una infraestructura pública nacional de acceso a banda ancha gratuita con al menos 1 Mb/s. Asimismo, se habla de que el Estado debe garantizar la neutralidad de la red, lo que implica que los actores dominantes no puedan controlar el acceso a sitios web políticamente incómodos, o bien, sitios de algún competidor. También se hace hincapié en la imperiosa necesidad de la “alfabetización mediática y digital” para la difusión de política pública a través de Internet, fundamentalmente en el ámbito educativo.

Finalmente, se hace fuerte énfasis en la necesidad de regulación antimonopólica, como la transmisión gratuita de canales de televisión abiertos a través de los sistemas de cable; o bien, la apertura de las redes de fibra óptica a todas las empresas que transmiten datos por la red celular.

La Reforma Oficial

Una de las primeras acciones del gobierno de Enrique Peña Nieto en 2013 fue lanzar su proyecto de reforma constitucional en materia de telecomunicaciones. Uno de los principales objetivos fue elevar a nivel constitucional la obligación del Estado para garantizar la integración de la población a la sociedad de la información y del conocimiento a través del libre acceso a las tecnologías de la información y la comunicación, a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, a la banda ancha y al Internet. En este sentido, se reforzará la presencia de política pública en plataformas digitales, para facilitar la circulación de la información y la alfabetización digital de nuevos sectores de la población que actualmente se encuentran fuera de este beneficio.

En esta reforma también se propone la creación del Instituto Federal de Telecomunicaciones, en sustitución de la anterior Comisión Federal de Telecomunicaciones, el cual sería un órgano constitucional autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propios, independiente en sus decisiones y funcionamiento. Tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones. Su primer encomienda es la licitación de dos nueva cadenas de televisión abierta con cobertura nacional; así como la regulación de la transmisión de la televisión abierta a través de las cadenas de televisión restringida, sin costo alguno para los usuarios. De igual forma, se busca regular en materia de telefonía y transmisión de datos, para abrir el sector a una mayor competencia.

Ya una vez creado el Instituto Federal de Telecomunicaciones, éste calificó a Televisa como un “actor preponderante” en el sector de radiodifusión, así como a Telmex y Telcel en el sector de telefonía, lo que implica que estas empresas

deben realizar una serie de medidas encaminadas a la apertura de su sector para facilitar la entrada de nuevos actores al mercado y generar así competencia. Asimismo, se estableció que algunos eventos culturales, deportivos y de espectáculos no podrán ser “exclusivos” para las cadenas televisivas, abriendo así mercados televisivos muy cerrados en México, como el fútbol.

Otra importante medida fue la creación de tribunales colegiados y unitarios de circuito, así como juzgados de distrito especializados en radiodifusión, telecomunicaciones y competencia económica. También se buscó fortalecer las medidas en materia de competencia en el sector, redirigiendo los esfuerzos de la Comisión Federal de Competencia hacia el sector telecomunicaciones.

Con ello, se dio un primer paso fundamental para una apertura en el sector. La Cámara de Diputados dio su aprobación el 11 de marzo de 2013, quedando completado el proceso legislativo en abril con la aprobación en el Senado de la República, dando paso a su promulgación el 22 de mayo. Sin embargo, al momento de escribir estas líneas, aún resta dirimir los efectos de esta legislación a través de la formulación de las llamadas “leyes secundarias”, donde se verán los verdaderos alcances de estas nuevas medidas.

Los ámbitos comunicacionales: una reflexión necesaria

Una vez expuestas las dos agendas de reformas legales a los sistemas comunicacionales de México, es notorio que son pocas las diferencias. En la propuesta de democratización de los medios del movimiento #yosoy132 se solicitan cosas como la garantía constitucional del derecho a la comunicación y a la información, abrir el sector a nuevos competidores, dar mayor soporte al Internet con un ancho de banda mínimo y una mayor participación del Estado en la “alfabetización digital”, un mejor y más fuerte órgano regulador en la materia.

Todas estas ideas terminaron plasmadas en la reforma constitucional del gobierno. En este primer momento del análisis, parecería que el gobierno recuperó la agenda del movimiento y la incorporó a su política pública, lo que parecería una victoria moral para el movimiento.

Sin embargo, hay aspectos de la propuesta del 132 que quedaron fuera de la reforma que resultan fundamentales en un proceso de democratización de los medios. La regulación se dirigió específicamente hacia los actores del mercado, nunca para fortalecer y darle acceso al Estado y a los actores sociales y comunitarios a la telecomunicación; la creación de una comisión reguladora de los contenidos, así como la formulación de códigos de ética para los actores del sector me parecen fundamentales.

Pero más allá de la cuestión legislativa, habría que repensar los nuevos derroteros que nos permite la comunicación digital como “acción comunicativa”, en el más puro sentido habermasiano de la idea. Como toda revolución comunicativa, Internet está teniendo un alto impacto social y también político. Ya en los años noventa, con la popularización del correo electrónico, las páginas personales y los primeros pasos de la interacción personalizada, mostraba que abriría puertas nunca antes exploradas. Y así fue. En el nuevo milenio, los alcances se mostraban cada vez más asombrosos, pues el concepto Web 2.0 permite ir más allá de un banco de información accesible a cualquier usuario, sino que crea un ambiente de interacción donde es el propio usuario el que va creando el contenido y modificando las propias estructuras de la red. Es la “autocomunicación de masas”, como lo expone Manuel Castells.

El propio movimiento #yosoy 132 es un ejemplo digno de estos nuevos procesos de comunicación, pues ssa las redes como parte de una campaña política, también para el activismo social, así como medio de protesta; todo ello sin contar

con el apoyo de los medios electrónicos tradicionales. El punto más alto de la organización se vive, sin duda, con la realización del debate presidencial, transmitido por medios digitales a todo el país; una valiosa aportación del movimiento a la democracia mexicana.

Sin embargo, no podemos considerar *a priori* que esta unión de las redes sociales y el movimiento estudiantil sea sólo brillante. Más allá del movimiento en sí, para Cass Sunstein (2001) la relación entre Internet y democracia deja mucho que desear, pues el control que el internauta tiene para filtrar información termina por alejarlo de las opiniones contrarias; sólo encontrará en Internet lo que le es afín a su forma de pensar, evitando así el debate y la confrontación de ideas, una de las cualidades más importantes en el ejercicio democrático.

Esta cuestión puede ser vista en nuestro caso de análisis. Hay ahora dos ámbitos de comunicación: el tradicional, encabezado por la televisión, donde también vamos a encontrar a medios como la prensa y la radio; y en contraparte, la web 2.0, en donde se horizontaliza la relación entre productores y consumidores de información; todos somos “prosumidores” (Scolari, 2008; citado en Carrera, 2012). Para el caso mexicano, esta separación de los ámbitos comunicativos se tradujo en dos percepciones diferentes de la campaña electoral.

Vista desde las redes sociales, la campaña política parecía tomar tintes de una némesis del PRI, pues crecían y crecían los mensajes contra el candidato del PRI mientras aumentaban los favorables al candidato de la izquierda, Andrés Manuel López Obrador. Por su parte, los medios tradicionales, televisión, radio y prensa, parecían estar viendo otra campaña. Las encuestas difundidas en estos medios seguían mostrando un claro ganador por un amplio margen y los esfuerzos de la izquierda y el movimiento estudiantil parecían insuficientes. Esto nos lleva a analizar la situación en función de la presencia de los medios. La televisión sigue

siendo el medio de comunicación que posee la atención mayoritaria de la gente. Los datos son contundentes. Según los datos de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) son 34.9 millones de usuarios de Internet en México; apenas 23% de los hogares en México tienen computadora, mientras que el 93% cuenta con televisor (amipci.org.mx). Casi 4 a 1. Esta diferencia en la penetración nos indica mucho sobre el porqué del final del resultado. Un movimiento estudiantil centrado en Internet aún sigue siendo limitado, mientras que un candidato presidencial que cuenta con los reflectores de la televisión tendrá una amplia ventaja. He ahí el porqué resultaba fundamental el debate en términos de democratización de los medios de comunicación.

Aunado a lo anterior, el acceso a Internet no es per sé una garantía de estar mejor informado. La propia Amipci señala que las principales actividades por la que los mexicanos se convierten en internautas son: a) búsqueda de información (29%), b) correo electrónico (28%), c) videojuegos (17%), y d) acceso a “redes sociales” (17%); sin embargo la utilización de redes sociales sigue catalogada como esparcimiento, al colocarse como la principal actividad de entretenimiento online. El uso político y social de estas herramientas es aún nuevo y poco explorado. Asimismo, es importante considerar el vertiginoso incremento de usuarios que éstas experimentan. En México se estima—a marzo de 2012—en 11 millones el número de cuentas activas en Twitter y en 24 millones los usuarios activos de Facebook (Carrera, 2012).

Visto en este nivel cuantificador, la concepción de Internet sería una mera adición a la ya de por sí vasta cantidad de información y medios de comunicación circulantes en cada uno de los entornos sociales. Es aquí donde vuelve a ser pertinente hablar de una “ecología de medios”, recuperando el término de Abraham Moles, en el más puro sentido de la palabra: un tratado del equilibrio. En este sentido, la desconcentración de los medios privados es apenas un paso. No

sólo son las empresas las que “dominan” los regímenes de comunicación, sino también los personajes que gozan de amplios prestigios. Baste tomar los casos de Carmen Aristegui y Javier Solórzano, otrora compañeros en televisión pública en los años ochenta. La primera sobrevivió a un intento fuerte de censura por parte del gobierno de Felipe Calderón al tratar de quitar su noticiero radiofónico del aire. Fue justo su carisma lo que le permitió tejer un movimiento de defensa del espacio noticioso que a la postre la llevó a reinstalarse en los micrófonos de MVS. El caso de Solórzano es más peculiar, pues después optó por la autoproducción a través de un sitio web personal donde realiza podcasts y videoblogs como forma habitual de trabajo.

Si bien ambos casos –Aristegui y Solórzano– son claros ejemplos de la difícil lucha para la descorporativización de la comunicación en México, están lejos de ser ejemplos de ciudadanización y democratización de los medios, cuyo proceso va más allá de la limitación de los agentes de mercado.

La cuestión ecológica se hace necesaria en la profunda necesidad de equilibrar tanto la producción como la distribución y consumo de información en el entorno mexicano. No basta con abrir a nuevos productores, regularlos e incluso someterlos a un Ombudsman y consejos reguladores del contenido. El sentido ecológico va también dirigido hacia lo que Galindo Cáceres (2002) denomina “la comunidad de comunicación”, un escenario que vislumbra como una combinación de un sentido de mayor cohesión como el orden comunitario y las relaciones comunicacionales más directas. En este sentido, Internet es, al mismo tiempo, un potenciador y un obstáculo para la consecución de comunidades de comunicación.

Volvamos al #yosoy132 para ejemplificarlo. La web 2.0 fue a todas luces un gran catalizador de las dinámicas comunicativas de los integrantes del movimiento. Como lo vimos en la introducción, en apenas 3 días, los jóvenes de la Ibero ya

habían lanzado un mensaje claro y contundente para contrarrestar los ataques de los dirigentes priistas y verdes. Asimismo, la organización de todo el movimiento refleja dinámicas más democráticas, pues en él convergieron estudiantes de universidades privadas como la propia Ibero, el ITAM o el Tecnológico de Monterrey; con alumnos de instituciones públicas como la UNAM, el IPN o la UAM. No hay diferenciación sino comunidad. Un tercer aspecto es la horizontalidad de la comunicación gracias a las redes digitales. Ya no pesó más la declaración de un funcionario partidista que la voz de 131 estudiantes. Los poderes se desconcentran y se pulverizan en la multiplicidad de voces de la comunidad. Visto así el 132 es una comunidad de comunicación.

En contraparte, las redes digitales son también un mecanismo de mayor control social y de concentración del poder y la vigilancia. Esta hipervigilancia ha sido evidenciada por gente como Julian Assange o el ex agente de la CIA Edward Snowden, sobre las presiones del gobierno norteamericano para que las empresas de Internet les diera acceso a la información personalizada. En el propio caso de la elección presidencial, si bien el movimiento estudiantil se organizó y dinamizó fuertemente gracias a la comunicación digital, en este mismo sentido la campaña del PRI utilizó agentes multiplicadores (bots) para hacer campaña política en las redes; haciendo toda una contracampaña al propio #yosoy132.

Esta doble cara de la digitalización de la comunicación nos hace pensar que el proceso de democratización parezca “un horizonte utópico que responde más al señalamiento de carencias y debilidades de la sociedad actual que a un verdadero programa de construcción social” (Galindo, 2002); esta ecología de medios es “por su complejidad y sus interacciones, es de hecho, *multipolar* y *epifenoménica*” (Costa, s/f). Una regulación y reforma centrada en los agentes de mercado aparecía necesaria e indispensable en el proceso de democratización, pero deja pendiente toda una agenda de participación ciudadana y comunitaria. Si bien hay

avances en la desregulación para la mayor participación de estaciones de radio y televisión para las comunidades indígenas (Carrera, 2012), hay una mayor presencia en Internet de las lenguas indígenas (El Informador, 2012), hay toda una agenda en la inclusión de otros sectores sociales en los procesos de comunicación. Finalmente, concordamos con Gabriel Kaplún (2005), para quien una democratización de la comunicación comienza con la palabra, particularmente, la palabra del Otro.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alfaro, A. *Et. Al*. (2012). En otras 12 ciudades se realizaron manifestaciones contra Televisa: Recuperado en http://www.jornada.unam.mx/2012/07/28/politica/004n1pol el 28 de julio de 2012.

AMIPCI. (2011). *Redes sociales en México y Latinoamérica 2011.* México: Amipci.

AMIPCI. (2012). Hábitos de los Usuarios de Internet en México. Recuperado en http://www.amipci.org.mx/?P=esthabitos el 22 de septiembre de 2012.

Assange, J. (2012). *Criptopunks*. Santiago de Chile: LOM Ediciones

Carrera Portugal, A. (2012). "Ciudadanizar los medios: a la búsqueda de escalas, canales y mecanismos". En *Razón y Palabra.* Consultado en http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/M80/12_Carrera_M80.pdf el 12 de marzo de 2014.

Castells, M. (2012). *Comunicación y Poder*. México: Siglo XXI

Cervantes, J. (2012, mayo 11) "Peña Nieto, amarga lección en la Ibero". Recuperado en http://www.proceso.com.mx/?p=307224 el 3 de septiembre de 2012.

CNN. (2012). "El PRI llama "intolerantes" a jóvenes que abuchearon a Peña en la Ibero". Recuperado en:

http://mexico.cnn.com/nacional/2012/05/11/el-pri-llama-intolerantes-a-los-jovenes-que-abucearon-a-pena-en-la-ibero el 11 de junio de 2012.

Costa, J. (s/f). “Ecología de la comunicación e interacción social”. Recuperado en: http://www.reddircom.org/textos/ecologiadecomunicacion.pdf el 12 de marzo de 2014.

Damiantmum (2012, mayo 14). “131 Alumnos de la Ibero”. Recuperado en http://www.youtube.com/watch?v=nRDD-b0IHIs el 3 de septiembre de 2012.

Domínguez, M. y Santiago, K. (2012). “#YoSoy132: cronología de un movimiento estudiantil”. Recuperado en http://galeriadesucesos.com/?p=11097 el 3 de septiembre de 2012.

Galindo Cáceres, J. (2002). “De la sociedad de información a la comunidad de comunicación”. En *Razón y Palabra*, No. 29. Consultado en http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n29/jgalindo.html el 12 de marzo de 2014.

El Informador (2012, 28 de septiembre). “Impulsan lenguas indígenas en Internet”. Recuperado en: http://www.informador.com.mx/tecnologia/2012/407634/6/impulsan-lenguas-indigenas-en-internet.htm el 12 de marzo de 2014.

Galván, R. (2012). “Ibero, boicot contra EPN: Emilio Antonio Gamboa”. Recuperado en http://www.oem.com.mx/elsoldetijuana/notas/n2539677.htm el 15 de mayo de 2012.

Kaplún, G. (2005). “Cuatro ideas obvias para democratizar la comunicación”. En *Decisio,* enero-abril. Montevideo.

Rollyson, C. (2008). “Web 2.0 Case Study: Barack Obama's Use of Social Media”. En *The Global Human Capital Journal*. Recuperado en http://rollyson.net/web-20-case-study-barack-obamas-use-of-social-media/ el 17 de septiembre de 2012.

Sin Embargo (redacción) (2012, mayo 11). “Coldwell exige investigar a estudiantes que protestaron contra EPN; la Ibero dice que se expresaron libremente” Recuperado en http://www.sinembargo.mx/11-05-2012/231421 el 3 de septiembre de 2012.

Sunstein, C. (2001). *Republic.com*. Nueva Jersey: Princeton University Press.

Tarrow, S. (2009). *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid: Alianza Universidad.

Tilly, Ch. (2010). *Los movimientos sociales. 1768-2008. Desde sus orígenes a Facebook*. Barcelona: Crítica.