

98  
2ej



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
CAMPUS ARAGON

LA DEMOCRACIA AUSENTE EN LA  
TELEVISION MEXICANA.

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN COMUNICACION Y  
PERIODISMO

P R E S E N T A :  
**JESUS SALAZAR ROJAS**

ASESOR: LIC. EDGAR LIÑAN AVILA.

SAN JUAN DE ARAGON, ESTADO DE MEXICO.

1998

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

257992



Universidad Nacional  
Autónoma de México



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**A la Universidad Nacional Autónoma de México,  
por permitirme ser parte de ella.**

**A la Escuela Nacional de Estudios  
Profesionales “Aragón”**

**Mi más profundo agradecimiento al Profesor Edgar Liñán Ávila, por sus valiosas aportaciones y consejos para la realización de este trabajo, pero sobre todo por las enseñanzas brindadas, tanto en el periodismo como en la vida misma.**

A mi madre: por ser el mayor orgullo de mi vida y la persona que más aprecio, admiro y respeto, gracias por todo lo que me has dado.

A mi padre: con afecto y gratitud, por tu apoyo invaluable.

A mis hermanos: Margarita, David, Sergio, Alma, Rocío, Alicia, Silvia y Alejandro, por compartir éxitos y fracasos, y por su incomparable apoyo y cariño que he recibido de cada uno de ellos, nuevamente gracias.

A los periodistas: Javier Solórzano, Carmen Aristegui y Daniel Ruiz, con quienes he compartido momentos efímeros, pero en ellos he recibido notables enseñanzas.

Mención aparte merece un entrañable maestro y amigo: Jesús Rodríguez Ortíz.

# INDICE

## Introducción

	<b>Página</b>
<b>CAPITULO I</b>	
<b><u>La oferta de la televisión en México</u></b>	
1.1. Televisa o el entretenimiento eterno: " Al pueblo lo que pida "	1
1.1.1. Las elecciones del 94 y el conflicto chiapaneco vistos por Televisa	7
1.1.2. La labor informativa de Televisa.	9
1.2. Televisión Azteca: " Que lo desconocido no le sorprenda"	12
1.2.1. Las noticias en T.V. Azteca	17
1.2.2. Chiapas desde el Ajusco	21
1.2.3. Las elecciones de 1994 en Televisión Azteca	25
1.3. Televisa y Televisión Azteca: ¿La misma Televisión?	28
<b>CAPITULO II</b>	
<b><u>Legislar o autorregular: el lindero de la responsabilidad Social de la Televisión</u></b>	<b>30</b>
2.1.¿ Legislar para controlar?	33
2.2. Autocontrol informativo y ética	45
2.3. Concesión no concertación	56
<b>CAPITULO III</b>	
<b><u>Televisión y Política: La relación difícil</u></b>	<b>65</b>
3.1. La televisión como un dique a la cultura política y a la democracia	68
3.1.1. Hacia la democratización de la televisión mexicana	77
3.2. El acceso de los partidos a la televisión	84
3.2.1. La antipolítica de los partidos en la televisión	87
3.3. ¿ La otra televisión ?	98
Conclusiones	103
Bibliografía	107
Hemerografía	109
Legislación y otros textos consultados	112

# INTRODUCCIÓN

Creadora de "estrellas" y de "ídolos". De comunicadores perpetuos y animadores imprescindibles como Raúl Velasco, pues él mismo dijo: "A mí el pueblo me reelige cada ocho días". Fábrica de "ilusiones necesarias", como diría Chomsky o simplemente "última diosa de los pobres". Apepciones vivas; venerativas o enjuiciadoras. Todas ellas envuelven en más de un sentido lo que ha hecho la televisión mexicana a lo largo de su historia.

La pantalla chica es todavía un sortilegio para algunos, alter ego de otros. Lo cierto es que, aún es el medio de comunicación con mayor penetración y por ello, sus operadores se han empeñado por ganar adeptos y simultáneamente "rating", junto con la inseparable publicidad.

Su táctica parece ser lo más cuestionable: proliferación de programas de nota roja o de aquellos que incursionan por el mundo de la superstición, con el afán de explotar el morbo de los televidentes. El fútbol, las telenovelas y el entretenimiento en demasía, al parecer, vienen a ser la dosis suministrada día con día a miles de seres humanos.

Lamentablemente toda esta carga de programación desplaza contundentemente el inmenso número de problemas de carácter político, económico y social que vive nuestro país; al igual que su adecuada discusión y análisis.



Asimismo, la televisión mexicana ha desechado la posibilidad de crear espacios, para fomentar una auténtica cultura política, así como la posibilidad de fiscalizar los actos gubernamentales y de los principales actores políticos, con base en el examen crítico y analítico de sus acciones , puesto que ha preferido lanzar vituperios más no razonamientos.

Pero también ha permitido la aparición de programas que invaden la vida privada de hombres y mujeres; y aunque diga que está cambiando, la televisión mexicana mantiene reticencia hacia temas que aún suelen ser sensibles para la clase política de nuestro país, y a la vez, ha mostrado incapacidad para dar paso a la pluralidad de ideas y de voces, lo cual nos hace pensar que, la democracia y los valores intrínsecos que la acompañan, están ausentes de la televisión mexicana. Por ese motivo, hemos realizado el presente ensayo y escogimos este género periodístico y literario, porque permite la reflexión, la interpretación, la crítica, acompañada de la ideología del autor, pero confrontada con la objetividad de los hechos. El trabajo se divide en tres capítulos.

En el primero, se repasa de forma general la propuesta que en materia de programación ofrece Televisa y TV Azteca, de manera que pueda apreciarse los temas o asuntos que tienen mayor relevancia para ambas empresas. Asimismo se incluye una revisión acerca del papel informativo que desempeñaron estas televisoras, en la cobertura que hicieron del conflicto ocurrido en Chiapas en enero del 94 y en las elecciones presidenciales de ese mismo año, con la intención de ejemplificar algunos de sus errores, excesos y omisiones.

El segundo capítulo tiene como finalidad discutir las posibles modificaciones legales, o la creación de órganos o de códigos de ética, que permitan responsabilizar frente a su auditorio a quienes trabajan dentro de la televisión cuando éstos caigan en excesos u omisiones dentro de su trabajo periodístico, sin que pierdan garantías tan básicas como su libertad de expresión.

En el tercer capítulo se aborda la difícil relación que ha mantenido la televisión con la política, impidiendo que dentro de las pantallas televisivas se consolide una cultura política que promueva la participación ciudadana en los procesos electorales y en los diversos asuntos de carácter político, y así, pueda ser corresponsable de los mismos. Ahí mismo, se plantea el acceso de los partidos políticos a la televisión y el uso que han hecho de este medio de comunicación.

No está demás recordar a quienes sigan estas líneas que, las hipótesis y objetivos planteados al principio de la investigación se cumplieron, pues corroboramos que dentro de la televisión comercial en México, aún no ha podido arribar plenamente la equidad, ni la pluralidad. La libertad de disentir es todavía un afán que se ha ido postergando, pero tampoco se ha empleado la pantalla chica como un eje de orientación para la opinión pública, ni para fomentar una adecuada cultura política que permita a la sociedad sumarse a la vida política nacional y fiscalizar las acciones gubernamentales. Todos estos aspectos fueron planteados desde el inicio del trabajo y su comprobación se reiteró en estas páginas, no obstante hay que aclarar que a través de este espacio no pretendemos instaurar una verdad incuestionable, ni definitiva, se trata solamente de atisbos que pretenden sumarse al debate de los medios de comunicación y su relación con la democracia, y claro,

democracia, y claro, a la discusión de las reglas más apropiadas para responsabilizar a la televisión frente a su auditorio.

Si en algo queremos contribuir con este trabajo, será instando al auditorio para que vea a la televisión con una mirada más crítica, pues no es justo que los concesionarios piensen que el hombre sólo vive de clásicos de fútbol, amarillismo y albures. Y si hemos decidido hablar acerca de las inequidades, de las impunidades informativas o de la falta de imparcialidad prevaleciente aún en la pantalla chica, bajo el título de "la democracia ausente en la televisión mexicana", se debe a la obcecación que han tenido diversos personajes dentro y fuera de la política, al señalar que estamos "transitando a la democracia" y en ese sentido, es pertinente examinar lo que ha hecho la televisión para coadyuvar en este proceso, o lo que ha hecho en su contra. Y además porque entendemos que " no hay vida social fuera del ámbito político", tal como lo expresara Ryszard Kapuscinski.

## CAPITULO I

### La oferta de la televisión comercial en México

#### 1.1.-Televisa o el entretenimiento eterno: " al pueblo lo que pida"

Televisa sigue ampliando su poderío dentro y fuera del país como lo ha hecho a lo largo de su historia, y no deja de ser como escribió Raúl Trejo Delarbre "el gran motor, de la misma manera que el gran dique de la televisión mexicana",<sup>1</sup> y ante miradas indulgentes, voces contestatarias a su favor y en contra, la empresa no se ha inmutado por generar un cambio en su oferta programática que es su principal vínculo con la sociedad. Generaciones al frente del consorcio llegan y se van y sus espacios son para unos cuantos, otorgándole preponderancia a sus "estrellas", que a los conflictos políticos, sociales y económicos por los que atraviesa el país.

Iniciar pues, un análisis sobre el papel e influencia que hoy desempeña Televisa en nuestro país, a partir de su oferta programática -al igual que se hará con el caso de Televisión Azteca- es inevitable, porque la programación es su principal nexo con la sociedad, y de esa relación la empresa impone lo que el país tiene que ver y asimilar.

Por otra parte, si queremos que la televisión mexicana actúe como un órgano democrático, es necesario imponerle un dique a su actuación desde una perspectiva jurídica y el cumplimiento de un código de ética por parte de sus comunicadores, aunque sobre estos

---

<sup>1</sup> Trejo Delarbre, Raúl, Volver a los medios, Ed. Cal y arena, México, 1997, p.238.

dos puntos nos ocuparemos más adelante. Por lo pronto, iniciemos con una revisión de la reciente actuación de Televisa, en la cobertura informativa de los principales sucesos que han conmocionado al país, y su labor a favor de las necesidades políticas, económicas, sociales y culturales del país en materia de comunicación, desde su barra programática, pues como lo señaló Karl R. Popper: "Una democracia no puede existir si no pone bajo control a la televisión, o más precisamente, no podrá existir por mucho tiempo cuando el poder de la televisión se descubra plenamente."<sup>2</sup>

Televisa a lo largo de su existencia le ha dado una especial preponderancia al entretenimiento, porque esta oferta es sin lugar a dudas el pilar de su poderío económico y expansivo a nivel nacional e internacional. A través de la contratación de los principales artistas populares, puede llevar a cabo la realización de programas de entretenimiento, novelas, series cómicas, con lo cual, no sólo domina el mundo del espectáculo sino el de otros pasatiempos, como el fútbol y las luchas, por ello, podría afirmarse que dónde hay dinero la empresa lo acecha hasta conseguirlo.

Los principales operadores de Televisa en diferentes circunstancias han defendido su estrategia de programación señalando que el público, es quien en última instancia manda y que por lo tanto no se le puede llamar ingenuo. Una de estas afirmaciones fue hecha por Emilio Azcárraga en la entrevista que le realizó Laura Castellot en su libro, "Historia de la Televisión en México", y parte de esta charla fue publicada por la Jornada de donde tomamos el siguiente fragmento. La autora le preguntó lo siguiente:

"- La televisión da un poder enorme a quien la maneja ¿Qué piensa del poder?

Azcárraga Milmo respondió:

El poder es una cosa que nadie entiende". Hay muchas definiciones de poder, pero ¿qué es en realidad? Se traduce quizá en responsabilidad. El poder es lo que permite tomar una decisión, alguien tiene que ser responsable de que las cosas salgan bien o mal. Ese alguien

---

<sup>2</sup> Popper R., Karl, "Licencia para hacer televisión", en Nexos, no.220, México, abril de 1996, p.29.

es quien en ese momento tiene el poder, porque tiene la responsabilidad y trata de hacerlo mejor.

Pero no se siente nada. El poder nunca me ha hecho sentir nada. Pasame un alto, cualquiera lo hace y ¿se siente algo? No creo que se sienta nada. Tener un millón de pesos no creo que produzca absolutamente ningún sentimiento(...) Dicen que manipulamos a las masas, no son tontos, saben muy bien lo que quieren y tienen un sentido increíble de percepción de valores. No engañas a nadie(...) Eso que apuntan las ciencias de la comunicación como manipulación de masas, es infantil. Pensar que un medio puede manipular a las masas es totalmente falso".<sup>3</sup>

Emilio Azcárraga Milmo dejó la presidencia de Televisa antes de que falleciera, en manos de su hijo Emilio Azcárraga Jean, éste, en sus primeras apariciones públicas ha dado a conocer el deseo de cambiar la imagen negativa y progubernamental que se ha tenido de la empresa y que reforzara en su momento su padre con conspicuas declaraciones en favor del PRI y del gobierno.

El reto es enorme y de eso está consciente el nuevo presidente de Televisa, pero hasta el momento los únicos cambios operados dentro de la empresa en lo concerniente a su programación, han sido realizados por los cambios generados en la programación de TV Azteca, evidenciando que es la competencia el principal motivo de tales modificaciones.

Así, mientras TV Azteca estrenó en su respectivo momento el programa "Se vale soñar", Televisa lo hacía con "Qué crees", y mientras la televisora del Ajusco mantenía su programa de "Ventaneando", Televisa respondía con "De boca en boca". De esta manera, los nuevos directivos de Televisa no han garantizado con su arribo al frente de la empresa, la presencia de opciones diferentes, ni siquiera en su propuesta de entretenimiento.

---

<sup>3</sup> García Hernández, Arturo, "Azcárraga tejó muchas historias de poder y dinero con Televisa", en La Jornada, México, 6 de marzo de 1997 p.28

Por lo tanto, será difícil, desaparecer repentinamente del imaginario colectivo aquella declaración de Azcárraga Milmo, que daba cuenta de lo que ha sido en realidad, la relación y el interés de Televisa con la sociedad mexicana:

"México es un país de una clase modesta muy jodida, que no va a salir de jodida. Para la televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y de su futuro difícil. La clase media, la media baja, la media alta. Los ricos, como yo, no somos clientes, porque los ricos no compramos ni madre.

Lo que vale es cuando uno se enfrenta a un auditorio de millones de personas y éstas deciden sintonizar algo que, además, es alegría, le ofrece un entretenimiento sano, y que les brinda satisfacción interna. Eso es la televisión, y entre muchos esfuerzos realizados, el más importante dentro de Televisa, curiosamente se llama los ricos también lloran. Para que vean que yo, siendo, habiendo nacido rico, también lloro".<sup>4</sup>

El llamado "tigre" Azcárraga, no estuvo nada equivocado cuando dijo que una "obligación" de la televisión –en este caso Televisa– es "sacarla de su triste realidad" a la gente, porque a través de su programación sigue generando estereotipos, formas de vida inalcanzables; por ello, tampoco resulta equivoco el juicio de la profesora Florence Toussaint sobre la programación de Televisa: "La pluralidad no es ni la meta ni la característica de la programación del consorcio; cada uno de los rubros está compuesto por programas que son más o menos semejantes. Las diferencias, cuando las hay, se dan en el argumento, los personajes y las historias, y no en las concepciones del mundo, las búsquedas formales o estéticas, las variaciones en los temas y su tratamiento".<sup>5</sup>

El análisis de la profesora Toussaint tiene más de diez años y sin embargo no está distante de lo que actualmente ofrece Televisa, debido a que la empresa con su programación le

<sup>4</sup> Corro, Salvador, "Azcárraga a pantalla: dice que como rico también llora, y se erige paladín de los jodidos", en *Proceso* no. 850, México, 15 de febrero de 1993, p. 14.

<sup>5</sup> Toussaint, Florence, "Televisa: una semana de programación/ ¿mente sana en cuerpo sano?", en *Televisa el quinto poder*, Ed. Claves Latinoamericanas, México, 1985, pp. 42-43.

sigue dando la espalda a la sociedad mexicana con un canal 2 preponderantemente telenoveler, el 4, diseñado para las series norteamericanas y su "american way of life"; un canal 5 inmerso de caricaturas aparentemente inocentes, dirigidas para los niños, y por último el 9, con la proyección de la "Fábrica de cómicos" y programas de carácter morboso como "de Boca en boca", "La otra cosa", "Cristina", "Primer impacto", etc.

Televisa, como ya lo argumenté en diversas ocasiones, ofrece lo que al público le gusta ver, y por lo tanto, tampoco podríamos responsabilizarla del todo, ni llevarla al cadalso de los condenados, mucho menos cuando da a conocer datos relacionados con su auditorio y la proclividad del mismo hacia lo que le presenta, como lo hizo en su reporte anual correspondiente al año de 1994: "Televisa dice que sus emisiones son vistas de manera fiel por aproximadamente 50 millones de habitantes. Según su información en 1994 canal 2 alcanzó 15 millones de personas, 97 % de los potenciales televidentes, 42% del mercado; canal 5 obtuvo una audiencia de 14 millones, 90% del mercado. Por último canal 9 alcanzó a 9 millones, 60% de los potenciales televidentes y 12% del mercado".<sup>6</sup>

Ahora bien, cuando hablamos de porcentajes y encuestas que sirven para medir el rating de las televisoras, no podemos acercarnos a éstas de manera incondicional, ni mucho menos como una muestra fiel de la aceptación de un determinado público o sector de la población, porque siempre está presente el riesgo de manipular la información, por lo tanto, el denominado rating suele ser un arma de doble filo que sirve primordialmente a las empresas que lo solicitan con un carácter publicitario, de imagen; y obviamente para que sus patrocinadores anuncien sus respectivos productos en los horarios que mejor les convengan para sus fines comerciales.

Más allá de los ratings y reportes de las preferencias del público mexicano respecto a lo presentado por Televisa, su programación no deja de ir más allá del entretenimiento y de la virtual presentación de lo que acontece en nuestro país y el mundo en sus respectivos espacios informativos.

---

<sup>6</sup> Toussaint, Florence. La industria televisiva en México en su vínculo con las corporaciones de medios de Estados Unidos UNAM, FCPyS, tesis de doctorado, México, p.124.



Si nos asomamos a la pantalla de Televisa y a su galería del entretenimiento eterno, las telenovelas aún sigue permaneciendo como una de sus principales columnas, en ellas los valores decimonónicos son el principal ingrediente, y el mejor ejemplo de esto lo representa la telenovela de "Pueblo chico, infierno grande", con la popular Verónica Castro.

Por otra parte, los personajes excelsos que merecen nuestro respeto, son aquellos que poseen autos lujosos y residencias enormes, y sobre todo los que son buenos amantes. La pobreza deja de ser ignominiosa en la televisión para convertirse en un espectáculo y una invitación sentimental para los televidentes, aunque no se presente sus causas ni la responsabilidad que ha tenido el gobierno en la acentuación de la misma, pues tan sólo basta presentar -lo que muchos ya conocemos- que los niños de la calle son: "los hijos de nadie".

Llámense novelas, series musicales o infantiles, Televisa sólo quiere entretenimiento basado en tres palabras: "sangre, sudor y lágrimas", es decir, al pueblo lo que pida, como si volvieramos a la vieja idea romana del "pan y circo" para el pueblo, reemplazando el majestuoso coliseo por la pantalla de Televisa y sus diversos escenarios, como por ejemplo, el bautizado estadio Guillermo Cañedo, el cual podría erigirse en la cuna del vigoroso nacionalismo que los mexicanos llevamos dentro; ya que con ver jugar a la selección nacional y apoyar a los "nuestros" o a los "muchachos", como los llaman los verborreicos y chabacanos comentaristas de fútbol a sus integrantes, pareciera que por fin rescatamos nuestra nacionalidad y la reafirmamos cantando con frenesí el himno nacional, minutos antes del juego.

Si la actitud de Televisa en materia de entretenimiento resulta intransigente con su público, lo es todavía más en su trabajo informativo, y para comprobarlo no es necesario revisar acuciosamente su historial informativo, basta con recordar su actuación ante hechos de notoria trascendencia para el país, como en las elecciones presidenciales de 1994 y el conflicto armado en Chiapas, como a continuación veremos.

### 1.1.1. Las elecciones del 94 y el conflicto chiapaneco vistos por Televisa

En las elecciones presidenciales del 94, lamentablemente los medios electrónicos dieron un voto enorme al entonces candidato priista, Ernesto Zedillo, con una cobertura informativa desmedida, en lo que fueron sus actividades proselitistas. De esta manera, la inequidad de los medios electrónicos fue plausible, dando un paso atrás, en la democratización de la vida política del país y en la transparencia y legalidad de aquel proceso electoral.

Los informes de organismos no gubernamentales fueron suficientes para documentar el espacio otorgado a los diferentes candidatos que contendieron por la presidencia de la República, uno de ellos fue presentado por la Academia Mexicana de Derechos Humanos, A.C., registrando la preferencia que se le había dado en televisión al abanderado priista: "Sólo se transmitieron spots del candidato del PRI a la presidencia, Ernesto Zedillo. En una semana aparecieron 27 spots de 30 segundos en el canal 2 y 12 en el canal 13.

Si el candidato Zedillo estuviera pagando las tarifas comerciales en esa semana habría gastado 6 886 000 nuevos pesos al día. De acuerdo a una resolución del Consejo General del IFE del 27 de enero de 1994, el tope máximo de gasto de campaña es de 134.5 millones de nuevos pesos. Eso quiere decir que en una semana de propaganda en televisión el candidato del PRI gastó un 4.9 % de lo que puede gastar en toda su campaña".<sup>7</sup>

Con relación a la participación específica de Televisa, su actitud fue desleal en el proceso electoral y de ello, nos ilustra la siguiente información: "Durante la campaña electoral de 1994, la televisión en general y Televisa en particular, exhibieron una conducta especialmente tramposa y desleal, orientada a favorecer al candidato del PRI mediante su presencia constante en las pantallas, con la resonancia de todas sus palabras y todas sus

<sup>7</sup> Academia Mexicana de Derechos Humanos, A.C., "El gasto en campañas en la televisión mexicana" (canal 2 de Televisa y canal 13 de Televisión Azteca) en mimeo, México, 11 al 17 de julio de 1994.

acciones por irrelevantes que fueran, y sin la más mínima actitud crítica. Al mismo tiempo, ignoraron, mediatizaron o deformaron tendenciosamente la presencia nacional, el discurso y las acciones de los partidos y los candidatos de la oposición, particularmente los del PRD”.<sup>8</sup> Hay que recordar que el año de 1994 fue funesto para nuestro país, y estuvo inmerso de incertidumbres electorales, políticas, económicas y sociales, a causa de los asesinatos de relevantes figuras políticas, y obviamente, por el alzamiento armado del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) el primer día de ese año, que intentaba reivindicar los derechos del sector indígena chiapaneco y del país en general.

En esos días tan intensos y sinuosos, la mayoría de los medios tuvieron una de sus pruebas más difíciles en la cobertura del conflicto armado en Chiapas, su compromiso no terminaba sólo con informar, tenían además la responsabilidad de evitar insidias, manipulaciones que pudieran provocar un clima de inestabilidad ante la opinión pública, ya que México en pocos días se habría convertido en el centro de atención, puesto que la estabilidad política y financiera del país parecía derrumbarse en tan sólo unas horas, ante la amenaza de un cataclismo irreparable, que ponía al descubierto la incapacidad del gobierno federal para resolver este tipo de contingencias.

Frente a este difícil panorama, Televisa volvió a incurrir en errores que derivaron en la incompreensión de lo que verdaderamente pasaba en Chiapas, en algunas de sus transmisiones se atemperaba la situación vivida en esa entidad sureña, incluso, llegando al grado de insinuar que nada delicado pasaba. La emisora no presentó un análisis, ni juicios con la intención de interpretar el por qué del movimiento armado; la mayoría de las veces su información era la oficial, y por lo tanto sus valoraciones parecieron también oficiales.

Sobre el desempeño informativo de Televisa en este asunto, Raúl Trejo Delarbre apuntó que: “Preocupada por enfatizar el protagonismo de sus reporteros, Televisa -especialmente en el noticiero 24 Horas- descuida la búsqueda de informaciones auténticas, que dieran

---

<sup>8</sup> Calderón Azati, Enque y Cazés. Daniel (Coordinadores), Las elecciones presidenciales de 1994, Ed. La Jornada Ediciones-Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades/UNAM, México, 1996, p.249.

cuenta de lo que sucedía en Chiapas. La televisión mexicana en general, pero de manera muy especial esa empresa, abdicaron el derecho a investigar y así, del deber de informar.

Sus principales y casi exclusivas fuentes, en el transcurso de toda esta fase del conflicto, son las oficiales.

(...) La unilateralidad en las fuentes para dar cuenta de lo que ocurría en Chiapas y la insistencia por aparentar que las cosas no eran tan graves como se decía en otros medios, fortaleció la impresión de que en 24 Horas y otros noticieros de esa empresa se decían las cosas a medias. Más que tergiversaciones, en Televisa existieron omisiones. En la crisis chiapaneca Televisa cosechó en la animosidad social la desconfianza que había sembrado durante largos años".<sup>9</sup>

Estos dos ejemplos nos han servido para revisar el trabajo informativo de Televisa, quizá parezca muy superficial, sin embargo, para ilustrar lo que ha sido la actuación de esta empresa, con ambos casos es más que suficiente, porque nos permite conocer hasta dónde llega su compromiso con la verdad y la necesidad de analizar la realidad cotidiana por la que atraviesa el país y en este punto, tanto las elecciones como el conflicto armado en Chiapas han sido algunos de los principales acicates que determinaron y moldearon el sendero por el que caminamos los mexicanos en distintos ámbitos.

### **1.1.2. La labor informativa de Televisa**

Lamentablemente, Televisa no se ha distinguido por una trayectoria informativa honesta, ni mucho menos, destinada al servicio de la sociedad mexicana, sólo basta con enumerar sus espacios noticiosos, y veremos que son escasos en comparación a su producción destinada al entretenimiento.

---

<sup>9</sup> Trejo Delarbre, Raúl, Chiapas. La comunicación enmascarada, Ed. Diana, México, 1994, pp.63,65.

Televisa, en su estructura programática, administrativa y operativa, se asemeja en cierta forma a la cúpula del sistema político mexicano; es decir, quienes tienen mayor presencia y decisión en sus respectivos espacios informativos, son los que dirigen la acción de la empresa desde hace mucho años, como sucede con los llamados "dinosaurios" de clase política del país.

No es concebible que "24 Horas" siga apareciendo como el noticiero omnipresente de la empresa. Es cierto que Jacobo Zabludovsky fue uno de los principales operadores del área de noticias de la emisora, pero eso no le da el derecho, ni a su programa de presentar la realidad de una forma virtual, como lo ha hecho cotidianamente, al igual que la televisión mexicana en su conjunto, como nos lo recuerda la investigadora Delia M. Covi Druetta: "Otorgar satisfacciones a la audiencia a través de la ficción o de la compra de objetos materiales, parecen ser las ilusiones necesarias más empleadas hoy en día por la TV mexicana. En cuanto a la información, si bien es cierto que ocupa un lugar destacado dentro de la programación, también es cierto que se configura como otra ilusión necesaria: la de creer que se está informado".<sup>10</sup>

Pero no sólo en la programación Televisa mantiene una especie de dictadura familiar, también lo hace en su administración y dirección: padres y luego hijos, asumen el mando del consorcio, sin generar cambios de fondo que rompan con su tradicional esquema televisivo, y esta situación, más que expectativas, proyecta dudas respecto al compromiso de la televisora con la sociedad, reflejando antes que nada, su apego a la empresa como un negocio y no como un servicio.

En el área informativa, Televisa ha dado un paso importante con el programa "Detrás de la noticia", bajo la conducción de Ricardo Rocha, en el que se han analizado diversos asuntos de interés nacional con mayor profundidad que, en otros de sus espacios. A pesar de esta nueva iniciativa y ánimo con el que se ha trabajado en sus emisiones, en Televisa, no deja

---

<sup>10</sup> Covi Druetta, Delia M., "La televisión como instrumento de gobernabilidad", en Democracia y medios de comunicación: Un binomio inexplorado. Ed. La Jomada Ediciones-Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades/UNAM, México, 1995, p. 88.

de ser evidente la superficialidad con la que se abordan algunos temas, restándole fuerza y credibilidad a sus indagaciones.

Televisa ya no está sola en el panorama televisivo de nuestro país, y aunque niegue que Televisión Azteca no es un contrapeso real, la presencia de ésta es mayor al igual que su auditorio. Por lo tanto, la apuesta del joven empresario, Emilio Azcárraga Jean, no tendrá que realizarse únicamente en el campo de la expansión y de la programación de entretenimiento, será necesaria una paulatina y efectiva apertura a la pluralidad de ideas y voces, tanto en lo económico, como en lo político, social y cultural.

La empresa de Azcárraga Jean, se ha beneficiado durante mucho tiempo a costa del entretenimiento eterno que nos propaga en cada una de sus emisiones, incluso, hasta con sus espacios informativos pues tan sólo "un minuto de publicidad en el noticiero 24 horas se vende en 441 millones de pesos", mientras que "para los horarios de telenovelas, denominadas triple A (de 17 a 22 horas), un solo minuto de publicidad en Televisa, cuyo presidente es considerado el hombre más rico de Latinoamérica, se vende en 372 millones de pesos".<sup>11</sup>

Que la televisión se utilice como un negocio no es ni un descubrimiento, ni tampoco un delito, lo lamentable de su actuación, es cuando el negocio se vuelve una obsesión y se niega el acceso equitativo a las distintas voces que conforman nuestra nación, para presentar sólo aquellas que comulguen con los principios del grupo que detenta el poder, desplazando las visiones críticas o simplemente desaprovechándolas cuando aparecen en sus pantallas, optando por abordar asuntos menos sensibles que puedan trastocar los intereses de la emisora o de los personajes que se encuentren en medio de la discusión.

Tampoco es oprobioso que el entretenimiento sea la base de su programación, lo que si es denigrante, es opacar con el "firmamento" de sus "estrellas", el cúmulo de problemas y asuntos que merecen ser conocidos y discutidos por la opinión pública. De igual manera no

---

<sup>11</sup> Los datos fueron obtenidos en junio de 1992, antes de la devaluación del peso mexicano, por lo tanto los montos no están actualizados. Sin embargo, las cifras son señaladas con la intención de que el lector tenga una idea del costo tan elevado de la publicidad por televisión. La información ampliada se encuentra en: González, Ana María, *Entre mas media te veas*. Ed. Conaculta, México, 1994, pp.203,204.

es imperante sustituir a Jacobo Zabludovsky del noticiero más influyente del país, sería mejor pensar en la creación de nuevas opciones que impongan el debate y análisis de la vida política, económica, social y cultural del país, sin que ello signifique la emisión de complejas tertulias, con intelectuales de prestigio e incomprensibles para la mayoría de la población, pues en ocasiones la intelectualidad puede tener sus propias limitaciones, como lo señala Gabriel Zaid: "Los hombres de libros podemos ser tan sanguinarios, tan corruptos, tan estúpidos, como cualquier mortal. Es mejor que reconozcamos nuestras limitaciones y también nuestro poder específico que es conocer. Es mejor que lo mantengamos como un poder aparte, aunque así parezca la mismísima impotencia".<sup>12</sup>

Si en realidad a Televisa le importa un cambio desde su empresa para otorgar un mejor servicio, más allá de la competencia, y además servir como vículo de la tan llevada y traída transición democrática, que por supuesto incluye en su agenda a los medios de comunicación, tendrá que hacer a un lado sus impunidades informativas y pensar que no sólo de albures, amarillismo y clásicos de fútbol vive el hombre, no en balde el analista Luis Linares Zapata ha escrito que: "El favor público, la cercanía con la inteligencia, la visión del rumbo por el que transcurre el cauce de la actualidad nacional, su apertura política y asimilación de las nuevas reglas ciudadanas es un legado, un capital humano que aún le queda lejos y grande a Televisa, a su directorio y entramado organizativo.

(...) Televisa debe flexibilizar su anterior postura, atraer las voces que marcan el ritmo y orientación de la población e invertir en aquellos que lo sostendrán a través del cambio, si quiere contribuir a la transformación de la sociedad y con ellos prevalecer".<sup>13</sup>

### **1.2. Televisión Azteca: "que lo desconocido no le sorprenda"**

El surgimiento de Televisión Azteca se da en medio de un difícil clima político para el país, recordemos que eran los últimos días del gobierno salinista y por lo tanto, de sus afanes privatizadores y redentores de su administración que, apostó al Tratado de Libre Comercio,

<sup>12</sup> Zaid, Gabriel, De los libros al poder, Ed. Grijalbo, México, 1994, p.24.

<sup>13</sup> Zapata Linares, Luis, "Transición y Televisa", en La Jornada, México, 19 de marzo de 1997, p.9.

como la vía idónea para que nuestro país formara parte del llamado primer mundo y recibiera sus beneficios.

Por lo tanto, el nacimiento de Televisión Azteca no escapó a esta etapa, de hecho, su aparición se debe a la incapacidad estatal para manejar la televisión a su cargo, llamada en ese entonces Imevisión. La profesora Florence Toussaint, valora la debacle de Imevisión de la siguiente manera: "En la medida que el Estado no definió una política financiera en relación con la televisión, las diversas etapas por la que ésta ha pasado corresponden a las políticas generales del país, y al manejo personal que sus directivos han hecho de la misma. La ausencia de un marco general significó la consecuente derrota de un proyecto que parecía interesante y viable, el de Imevisión.

Los resultados obtenidos en el terreno económico no lograron fructificar debido, por una parte, a la falta de control público de los ingresos y egresos".<sup>14</sup>

Al no encontrar otra salida, la televisión estatal no tuvo otro remedio que poner en manos de la iniciativa privada sus instalaciones y aspiraciones de consolidar una opción televisiva realmente fuerte. De esta manera en julio de 1993, el empresario Ricardo Salinas Pliego, compró en 645 millones de dólares los derechos de transmisión y activos de Televisión Azteca.

Desde entonces, la televisora ha pretendido consolidar su presencia en nuestro país. Lamentablemente, su desempeño ha sido motivado por la necesidad de ganar auditorio a costa de una programación parecida a la de Televisa, y por lo tanto, ajena a las necesidades informativas de la sociedad en distintos ámbitos.

Acompañar esta parte del trabajo con el título de: Tv Azteca: "que lo desconocido no le sorprenda", obedece al lugar privilegiado que le ha concedido la televisora del Ajusco a los programas de nota roja como "Expediente 13 22:30-por cierto fuera del aire-", "Ciudad desnuda", y otros que sin ser precisamente de asuntos policiacos o de temas que tengan que ver con delincuencia y todo lo que esta palabra lleva implícitamente, buscan ganar la atención del auditorio a través del morbo, como por ejemplo: "En busca de lo desconocido" y

---

<sup>14</sup> Toussaint Alcaraz, Florence, *¿Televisión pública en México?*, Ed. Conaculta, México, 1993, p.138.



"Evidencias", que además son manejados con la interminable creencia de mundos raros, acompañados de casos igual de raros.

Esto no quiere decir que Televisión Azteca cubra sus pantallas solamente de sangre, lo hace también con programas calumniadores como "Ventaneando", conducido por Paty Chapoy y dos sujetos -uno de ellos se jacta de ser periodista y otro economista- presentando únicamente chismes -no se le puede llamar de otra manera- e informaciones de la vida personal de distintos personajes del mundo del espectáculo, erigiéndose como jurado de la vida y conducta de éstos hombres y mujeres.

La labor periodística siempre ha sido motivo de polémicas y de riesgos para quienes la practican, por su calidad de intermediarios entre el mundo de la política, la economía, la cultura, y de la sociedad civil; sin embargo, el oficio se vuelve denigrante cuando se utiliza con un fin calumniador y para entrometerse en la vida íntima de cualquier ser humano, como parte de un espectáculo, y lamentablemente en "Ventaneando" esta actitud está presente.

Al igual que Televisa, también le interesan las telenovelas y claro, las bromitas grabadas en cámaras escondidas.

En el manejo de las telenovelas, Televisión Azteca ha pretendido llevar la delantera, mezclando idilios con problemas sociales y políticos que enfrenta nuestro país, como el narcotráfico, la corrupción, crímenes políticos, con producciones como "Nada personal" y "Al norte del corazón", en donde además de presentar una tortuosa relación amorosa, se muestran las vejaciones que sufren nuestros compatriotas al intentar cruzar la frontera norte en busca de una vida más decorosa que obviamente no encontraron en tierras mexicanas.

La inclusión y denuncia de problemas reales que vive cotidianamente nuestro país, será siempre un acierto para la pantalla chica y cualquier medio de comunicación, porque al hacerlo, queda manifiesto el compromiso y la preocupación por indagar y analizar los obstáculos y los asuntos restantes de nuestra agenda nacional.

Pero qué pasa cuando la migración, la pobreza, la corrupción se vuelven el asidero para ganar auditorio, publicidad y enfrentar la competencia televisiva, a través de un género tan conmovedor y bien recibido como la telenovela. Esta realidad presentada aparentemente

con toda su crudeza, se volvería entonces un simple espectáculo que aparte de producir llanto y beneplácito, genera importantes ganancias económicas, siendo este fin, uno de los más importantes para su realización.

De la programación de Televisión Azteca, la profesora Delia M. Covi Druetta ha escrito que: "Asumiendo, a nuestro juicio Televisión Azteca a través de sus canales 7 y 13 ofrece una programación más variada que los canales de Televisa, buscando incursionar en formatos nuevos y en áreas de audiencia poco exploradas como son los jóvenes. Sin embargo, no sabemos si esto se debe a una planeación previa o es producto de la inexperiencia en materia de diseño de programación. Recordemos que al momento de realizar el estudio, la empresa aún estaba buscando un perfil adecuado a sus intereses para ambos canales". Más adelante agrega: "Su diferenciación con Televisa que procura alcanzar Televisión Azteca se centra, sin embargo, en la búsqueda de mercado y no en ofrecer al público una televisión ya no digamos mejor, sino sólo diferente".<sup>15</sup>

De Televisión Azteca, también hay que reconocer su labor como contrapeso en el espectro de la televisión mexicana que, hasta hace algunos años era dominado por Televisa, a pesar de que ésta no lo reconozca. Magnificar el hecho de forma acrítica sería injusto, porque la democratización de la televisión mexicana en su conjunto, no inicia ni tampoco concluye con la aparición de más canales, mucho menos cuando éstos mantienen la uniformidad programática y analítica de los existentes.

Por eso, la sombra que seguirá persiguiendo la trayectoria de Televisión Azteca, será la aparente copia que ha realizado de la oferta programática de Televisa, no es casual por lo tanto el siguiente comentario de Raúl Trejo Delarbre: "Igual que cuando eran manejados por el gobierno, que nunca pudo precisar una idea peculiar de televisión estatal y menos pública, ya como propiedad de ese empresario -Salinas Pliego- el 7 y el 13 siguieron siendo malas copias de Televisa.

En lo que toca al manejo informativo y de opinión política, Azteca mantuvo el programa de TV nexos y, dentro de sus noticieros, incorporó algunos puntos de vista diversos de los

---

<sup>15</sup> Covi Druetta, Delia María, Televisión y neoliberalismo. Su articulación en el caso mexicano, Tesis de doctorado, UNAM/FCPYS, México, 1995, pp.-176,177.

oficiales, sobre todo en la cobertura de campañas políticas. Pero si bien, en ocasiones, esa empresa ha experimentado algunos intentos de renovación, éstos se han producido en un contexto definido por las convicciones del señor Salinas Pliego, que en una ocasión dijo: México es un país que siente, que no piensa, al explicar que en sus canales de televisión las noticias y más aún la reflexión, importan poco".<sup>16</sup>

Antes de entrar a la labor informativa de TV Azteca en sus noticieros, es preciso recordar que para esta empresa, no le es ajeno ni el fútbol, ni las luchas como escaparate de diversión, negocio y oferta de entretenimiento. La diferencia con Televisa, es de forma y no de fondo, mientras ésta se da el lujo de presentar en sus pantallas a los máximos exponentes del balompié y del cuadrilatero-muchos de ellos mitificados a fuerza de voluntad y valor publicitario- Televisión Azteca lo hace con los personajes que han salido de Televisa, o simplemente con la adquisición de equipos de fútbol y luchadores menos cotizados y popularizados, con el latente anhelo de no dejar estos espectáculos fuera de sus pantallas.

Así, el espectáculo final, fuera de los campos de fútbol y del ring, es el ofrecido por ambas televisoras con un persistente delirio maniqueísta, basado en la defensa a ultranza que hace Televisa de "los nuestros", para que se entienda que es la selección nacional de fútbol y de sus respectivos equipos -América, Guadalajara, Necaxa, Atlante- mientras que TV Azteca asume la postura del Tribunal del fútbol nacional y de sus oscuras maniobras, de tal manera que "tirios" y "troyanos", siguen hasta el momento disputándose el marcador electrónico del rating y no el de su aparente lucha en favor del desarrollo de nuestro deporte.

Puede parecer un salto vertiginoso el pasar del fútbol y las luchas, al análisis de la participación de TV Azteca en sus noticieros, no obstante, la intención ha sido repasar lacónicamente su principal propuesta en materia de programación, sin realizar por lo tanto, un detallado examen, pues para ello hay otro tipo de recursos.

---

<sup>16</sup> Trejo Delarbre, Raúl. Volver a los medios...pp.239, 240.

### 1.2.1. Las noticias en TV Azteca

El principal espacio noticioso de TV Azteca sin duda alguna es "Hechos", existen otros programas de corte informativo como "¡Hola México!", que trata de guiarse básicamente con un tono de entretenimiento, incorporando notas periodísticas a nivel nacional e internacional, con variedad de asuntos que resulten interesantes para el auditorio, pero sin caer precisamente en un espacio totalmente informativo.

Televisión Azteca cuenta además, con su "noticiero social" llamado "A quien corresponda", que tiene como objetivo convertirse en portavoz de los abusos que puede sufrir cualquier ciudadano del país. El mayor logro de este programa radica en su capacidad de interlocución entre los afectados y la gente que desea ayudarlos, pero este acierto no debe recaer sólo en quienes trabajan en ese espacio confundiendo la generosa asistencia del público con la de los colaboradores del noticiero.

Aparte de estos programas, se encuentra el de "Hablemos claro", con Lolita de la Vega, quien se dedica a conversar con influyentes personajes de la política nacional, teniendo como principal acierto el vínculo que puede establecer entre su auditorio y su respectivo invitado, con el objetivo de aclarar distintas preocupaciones, sin embargo, uno de sus aspectos negativos, es el horario en el que se presenta -las 12 de la noche- y la postura por lo regular oficialista del invitado, que lamentablemente se impone y rebasa el punto de vista de la conductora e incluso del propio público que se comunica.

Como en el caso de Televisa, la televisora del Ajusco le dedica un espacio reducido a las noticias que tienen que ver con los principales sucesos de interés público, a pesar de que exista de por medio una "fuerza informativa", que se vuelca con esa misma fuerza para presentar una nota con motivo del día del niño, que para reportar el caos vial, con lo cual, su trabajo se torna simplista y proclive a asuntos banales.

Así bien, el espacio que por excelencia se dedica a presentar la realidad inmediata a nivel nacional e internacional es "Hechos". Este programa y sus respectivas emisiones, no aportan innovaciones importantes -si acaso la medalla al trámite burocrático- en cuanto a la difusión de la información y ésta en diversas ocasiones suele ser tendenciosa y su

respectivo conductor sólo se dedica a presentar las notas periodísticas más relevantes del día, sin valorar y reflexionar ninguno de los asuntos abordados, pues esta tarea es asignada a su equipo de analistas que suelen intervenir en algunas de sus emisiones, conjugando información con análisis, aunque paradójicamente, el segundo aspecto sigue careciendo de peso en este espacio noticioso y en general, en los restantes programas de esta empresa; evidenciando el escaso valor que le conceden al intercambios de ideas y juicios que deben acompañar a la información periodística, para que la opinión pública entienda lo que sucede en su entorno y no sólo reciba un alud de informaciones indescifrables.

Cuando tratamos de ejemplificar la actuación de Televisa en el área informativa, tomamos como referencia inmediata la cobertura que hizo del conflicto armado en Chiapas, ocurrido el primero de enero de 1994 y del proceso electoral de ese mismo año.

Para el caso de Televisión Azteca también analizaremos la labor informativa que desempeñó esta emisora en la transmisión de lo sucedido en Chiapas en enero del 94 y por supuesto en las elecciones presidenciales de ese mismo año. El principal motivo se debe, como lo expuse con anterioridad, a la importancia y significación que tuvieron para nuestro país estos sucesos. No está de más recordar que nuestro sistema político sufrió un desquebrajamiento en ese año con el asesinato de algunos de los más destacados hombres de las filas gubernamentales que militaron durante muchos años en el partido en el poder; y ante esta situación y en vísperas de las elecciones presidenciales, los rumores de desestabilización y de un posible caos, recorrieron los pasillos del poder, del sector empresarial, intelectual y de vastos grupos de la opinión pública.

Ante la eventualidad de un cataclismo inefable, los medios de comunicación fueron protagonistas de la presentación de los hechos, y por consiguiente, tuvieron que asumir la responsabilidad de evitar sospechas, manipulaciones y juicios que aumentarían la tensión política que se vivía; desafortunadamente esta responsabilidad no fue asumida en la mayoría de los medios, incluyendo a Televisión Azteca, y por lo tanto sus errores fueron plausibles en la pantalla, al grado de confundir en lugar de informar, minimizó el conflicto

cuando ni si quiera era necesario, y otras veces lo condenó sin argumentos sólidos y con una fuerte dosis de voluntarismo más allá de un balance serio y ponderado.

Y en medio de este gélido marco, en el conflicto chiapaneco, al igual que en las elecciones, no sólo se presenció la vulnerabilidad y defectos de nuestro sistema político, sino el de los propios medios, ya que no es lo mismo informar sobre un asunto cotidiano, que un conflicto armado y un proceso electoral en donde está de por medio, una parte considerable del destino político y económico de nuestra nación; en el primer aspecto, desde la perspectiva de la transmisión sexenal del poder presidencial y en el segundo, desde el marco de la suspicacia que siempre se genera en los mercados financieros, por la llegada o permanencia de un régimen que comulgue con las visiones de los grupos que manejan la economía del país y de los que intervienen y mantienen intereses en la misma.

Por esta razón es que Chiapas y las elecciones no dejan de ser un parámetro interesante e importante para valorar el papel de los medios de comunicación en cuanto a la cobertura informativa y analítica que hicieron de ambos sucesos. Esto no quiere decir que su trabajo actual se haya desdeñado, por el contrario, desde que iniciamos esta revisión de la oferta programática de Televisión Azteca, se hizo el énfasis en cuanto a su programación más reciente y en lo que en este momento valoramos en relación a su propuesta en el área de noticias, del año de 1994 a mediados de 1997 no se han dado cambios notables, sigue permaneciendo a la cabeza el noticiero "Hechos", con la inclusión de comentarios críticos, por parte de sus colaboradores especializados, pero con la misma uniformidad de presentar notas del día, sin la mayor intervención del conductor para explicar los respectivos asuntos. Y es que si la televisora no tiene - a excepción de nexos- otro programa de análisis que sirva para valorar con mayor detenimiento los temas de mayor prioridad que surgen diariamente en nuestro país, pienso que sería necesario realizar un viraje en el formato de su principal noticiero, para que su conductor intervenga como presentador de las notas , pero también

como un interlocutor que pudiera ofrecerte a su auditorio conclusiones de los temas más relevantes.

Insistir en este cambio de actitud, del tradicional papel del conductor como presentador de notas periodísticas, se debe a que la inclusión de información periodística es un elemento presente hasta en los programas que supuestamente son de entretenimiento, generando con ello, la sospecha de que la información sólo se utiliza para cubrir tiempo y no precisamente con la finalidad de mantener a la sociedad plenamente informada.

Con esto, quiero decir que nuestra televisión y en este caso, Televisión Azteca, sigue presentando su información de manera petrificante, como avalancha que después se convierte en una simple carga pesada y repetitiva que oímos y vemos durante todo el día, sin explicaciones y conclusiones que permitan entender este complejo mundo en el que vivimos. Por eso, creo que aún sigue vigente una de las reflexiones que hiciera Octavio Paz, respecto a los medios de comunicación: "Nosotros estamos encerrados en esa cárcel de espejos y de ecos que son la prensa, la radio y la televisión que repiten, desde el amanecer hasta la media noche, las mismas imágenes y las mismas fórmulas.

La civilización de la libertad nos ha convertido en una manada de borregos. Pero borregos que son también lobos. Uno de los rasgos en verdad desoladores de nuestra sociedad es la uniformidad de las conciencias, los gustos y las ideas, unida al culto a un individualismo egoísta y desenfrenado".<sup>17</sup>

La anterior aclaración del por qué continuar con Chiapas y las elecciones de agosto del 94, como referencia para valorar el papel informativo de Televisión Azteca, era necesario, para que no se pensara que ambos sucesos fueron elegidos discrecionalmente, sin contemplar previamente su actuación reciente.

Una vez aclarado este punto, veamos sin mayor preludeo, el papel de Televisión Azteca en la cobertura del conflicto chiapaneco con dos ejemplos muy precisos.

---

<sup>17</sup> Paz, Octavio, "Nihilismo y democracia", en *Itinerario*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1993, pp 52-58.

### 1.2.2. Chiapas desde el Ajusco

En los primeros días del alzamiento armado, la confusión y especulación se presentaron como elementos inseparables de las informaciones que propagaron los medios de comunicación, y lamentablemente, Televisión Azteca no fue la excepción cuando trató de aclarar el número de víctimas que hasta esos momentos había cobrado los primeros enfrentamientos. En la noche del 4 de enero, "Hechos" ofrecía a su auditorio información tergiversada que complicaba el entendimiento y las dimensiones de la subversión, y prueba de ello, fue recogida de la siguiente manera: "En televisión Hechos, del canal 13, sigue enredado en el manejo de cifras: hay oficialmente 96 muertos, anuncia el conductor Javier Alatorre en el resumen inicial, pero luego dice 93, en tanto que el enviado Samuel Prieto informa que tan sólo en Ocosingo hay 64 caídos del grupo armado. Más tarde, la conductora Marisa Escribano lee un boletín de la Secretaría de la Defensa en donde se alude a 35 muertos del EZLN y, más adelante, del mismo grupo, a 59".<sup>18</sup>

Otra de las fallas originadas en este proceso de comunicación en el noticiero "Hechos", en su emisión nocturna del día 5 de enero, es cuando se trata de aclarar las actividades del EZLN que en esos momentos no eran muy precisas, ya que para Televisa, a través de Jacobo Zabłudovsky: "los grupos armados transgresores de la ley (que) continuaron hoy huyendo hacia la selva y escondiéndose en las montañas de los Altos de Chiapas".<sup>19</sup> Mientras que para "Hechos", la versión era esta: "La ofensiva del Ejército ha sido constante. Los rebeldes tratan de atrincherarse en la selva, pero el acoso militar se suma ya al hambre, el cansancio y sobre todo el desaliento. Algunos insurrectos quieren dejar las armas".<sup>20</sup>

Aunque breves, ambos ejemplos ilustran la propia confusión que originó Televisión Azteca con su labor informativa, propiciando en aquellos dramáticos momentos, el rechazo del

<sup>18</sup> Trejo Delarbre, Raúl, *Chiapas. La comunicación enmascarada...* p.139.

<sup>19</sup> Trejo Delarbre, Raúl, *op. cit.* p.162.

<sup>20</sup> *Ibid.*, p.162.



Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), cuando llegó la hora de entrevistarse con el entonces comisionado para la paz en Chiapas, Manuel Camacho Solís. Para ello, el EZLN en un comunicado aclaró su postura de esta manera: "Existen algunos medios informativos que se han negado rotundamente a informar con objetividad lo ocurrido en nuestro estado. Diversos medios se han ensañado particularmente en contra de nuestra causa y la del pueblo indígena chiapaneco, nosotros nunca hemos pedido a los medios de comunicación que se conviertan en portavoces del EZLN, pero consideramos que es su deber, y derecho de la sociedad toda, el informar con objetividad.

(...)En cuanto a los medios televisivos, el EZLN sólo vetaría la asistencia de las televisoras privadas nacionales Televisa y Televisión Azteca. La primera porque no necesita buscar noticias pues las inventa. La segunda porque sus reporteros han demostrado falta de profesionalismo al ofrecer dinero a nuestros combatientes para que hagan declaraciones. El resto de los medios televisivos nacionales y extranjeros serán acreditados sin problema por el EZLN".<sup>21</sup>

A la confusión, se le sumaron las insidias y descalificaciones personales que prohicieron los comunicadores de Televisión Azteca, particularmente las de Javier Alatorre, quien en diversas ocasiones prefirió llamar al EZLN como "alzados" o "grupo armado", y no por su respectivo nombre.

Televisión Azteca, al igual que otros medios instó a una salida negociada y condenó la violencia, pero lo que no pudo controlar en distintas ocasiones, fue su ataque irrestricto al EZLN, basado en especulaciones, sin acercarse a la posible causa que originó el conflicto armado y que el EZLN justificaba entre otras cosas, por la pobreza y explotación que durante mucho tiempo han padecido las comunidades indígenas, y este caso las de Chiapas.

Si en los medios electrónicos pocas veces se pretendió mostrar como una causa justa la del EZLN, estos medios, no escaparon de la mitificación que rápidamente adquirió esta fuerza

---

<sup>21</sup> ibidem

beligerante y en particular, el subcomandante Marcos, por el simple hecho de presentarlo como un "transgresor" de la ley e impugnador del gobierno.

Irremediablemente, ni en los primeros días del levantamiento y en su desarrollo, éstos medios fueron capaces de cuestionar al EZLN o al subcomandante Marcos, más allá de su posición beligerante. Pocas veces le hicieron entender a la opinión pública que el "sub" sólo había librado batallas de papel y que por lo tanto, era mejor como escritor que como guerrillero

Y por supuesto, en este ejercicio informativo y explicativo de las diversas aristas que acompañaron al movimiento armado, Televisión Azteca no contribuyó directamente a su entendimiento. En sus noticieros, la emisora del Ajusco, tampoco puso sobre la mesa de discusión, que la demanda del EZLN de modificar la Constitución para que los pueblos indígenas accedieran a un mejor nivel de vida, era una decisión incorrecta, porque algunas de sus peticiones estaban contempladas en nuestra carta magna y por lo tanto, por lo que en verdad había que luchar, era por el respeto de la propia Constitución.

Tampoco se criticó la postura paternalista y hasta excluyente del EZLN de formar un Frente Zapatista de Liberación Nacional(FZLN), el cual, de acuerdo a su propia propuesta, apartaría a quienes no convergieran con su respectiva ideología y eje de movilización. Por ese motivo, no fue extraño que esta medida fuera aplaudida acríticamente por algunos y cuestionada por otros, como fue el caso de Octavio Paz, que en esos turbulentos días, sostuvo que:"La iniciativa de construir un Frente Zapatista de Liberación Nacional produce perplejidad. En primer término: ¿por qué zapatista? Es un adjetivo que deja fuera a todos los que no son zapatistas, es decir, a la mayoría del país. La finalidad de ese Frente también me deja perplejo: se trata de crear un organismo político que expresamente renuncie al objetivo central de la acción política, sea esta democrática o revolucionaria: la toma del poder. No es

extraño que varias personalidades de la izquierda, sin excluir a destacados dirigentes del PRD, hayan recibido la proposición con recelo u aun franca repulsión".<sup>22</sup>

Desde la primera Declaración de la Selva Lacandona que utilizó el EZLN para dar a conocer el motivo de su movimiento, TV Azteca, al igual que otros medios, no se preocuparon por rebatir o simplemente discutir, algunas de las propuestas zapatistas que evidentemente serían inalcanzables siguiendo la vía armada; y es que no era necesario ser un erudito de movimientos subversivos para adelantarnos a este juicio, con revisar su propuesta era más que suficiente: "Pueblo de México: Nosotros, hombres y mujeres íntegros y libres, estamos conscientes de que la guerra que declaramos es una medida última pero justa. Los dictadores están aplicando una guerra genocida no declarada contra nuestros pueblos desde hace muchos años, por lo que pedimos tu participación decidida apoyando este plan del pueblo mexicano que lucha por trabajo, tierra, techo, alimentación, salud, educación, independencia, libertad, democracia, justicia y paz. Declaramos que no dejaremos de pelear hasta lograr el cumplimiento de estas demandas básicas de nuestro pueblo formando un gobierno de nuestro país libre y democrático".<sup>23</sup>

Una vez que se dió a conocer este documento, pocos fueron los que hicieron un análisis alejados de la fascinación por el pasamontañas y el fusil, y en medio de esta sensación, si Televisión Azteca no estaba de acuerdo con la violencia ni con la propuesta de los "alzados" como solía identificarlos, tampoco intentó discernir las paradojas del discurso zapatista.

Porque obviamente, las contradicciones de su propuesta eran identificables; simplemente, uno de los caminos más peligrosos e inconvenientes para llegar a la democracia es la violencia, su saldo será siempre sangriento y Chiapas fue la confirmación de ello, recordemos que fueron numerosas las violaciones a los derechos humanos, al igual que los crímenes y los encarcelamientos injustificados.

El acceso a la justicia, a la libertad y al trabajo tampoco se obtiene con las armas. Más allá del reclamo social, estos logros, o mejor dicho, necesidades sociales, están ligados con la

<sup>22</sup> Paz Ocativo, "La selva Lacandona", en *Vuelta*, No 231, México, febrero de 1996, p.9.

<sup>23</sup> "Declaración de la selva lacandona", en *EZLN Documentos y comunicados*, Ed. Era, México, 1994, p.35.

urgente reforma que requiere nuestro sistema político, para garantizar la procuración e impartición de justicia de forma imparcial, sin la intromisión de nuestro omnimodo Poder Ejecutivo.

Hoy parece que el furor zapatista se ha atemperado, y después de tres años de su aparición, la democracia sigue pendiente y la salud, el trabajo, la tierra y la alimentación por la que lucharían, están todavía en manos de unos cuantos.

En lo que respecta a los medios de comunicación y en el caso específico de Televisión Azteca, el alzamiento del EZLN puso a prueba su capacidad informativa; también le ofreció un pasamontañas, y por ende, la libertad de tomarlo o dejarlo, pero a lo que rehuyó la televisora fue al entendimiento del conflicto, para valorar sus logros y deficiencias, dejando por consiguiente, que vastos sectores de la sociedad quedaran atrapados en el mito de Marcos y en la ciega creencia de que los movimientos subversivos todavía representan una salida eficaz para evadir el autoritarismo y las inequidades del sistema político mexicano.

### **1.2.3 Las elecciones de 1994 en Televisión Azteca**

Quizá lo más riesgoso para un medio de comunicación en un proceso electoral, desde el inicio de las campañas hasta la declaración de validez de las elecciones y de su respectivo resultado, sea el otorgar un voto a favor de cualquier partido que participe en la contienda electoral, o el restarle fuerza e importancia a su actuación.

En las elecciones presidenciales de 1994, Televisión Azteca otorgó más espacio al candidato priísta, y por lo tanto desplazó a la oposición de la contienda electoral y la mantuvo en una posición desequilibrada.

Cuando me referí a la participación de Televisa en el proceso electoral del 94, señalé uno de los principales datos dados a conocer por la Academia Mexicana de Derechos Humanos, respecto al papel de la televisión mexicana en las campañas electorales; con el caso de Televisión Azteca también me remitiré de nueva cuenta a la información de la Academia, y que en su momento reprodujo el semanario Proceso de esta manera: "En el primer mes de la candidatura de Ernesto Zedillo (PRI), Hechos le dedicó casi el mismo tiempo que a Luis Donaldo Colosio en tres meses (Una hora y 38 minutos con 18 segundos para Colosio, contra una hora y 27 minutos con 41 segundos para Zedillo ).

En los primeros dos meses, hasta el 27 de mayo, Zedillo acumuló 2 horas y 42 minutos con 40 segundos en el noticiero Hechos, contra una hora y 48 minutos con 9 segundos para Diego Fernández de Cevallos (PAN), y una hora y 31 minutos con 14 segundos para Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano (PRD), en el mismo periodo.

De las notas principales de la emisión del noticiero de Televisión Azteca, Zedillo ocupó un lugar en la presentación del programa en 19 ocasiones; el candidato panista, 11, y el perredista 7. Acompañadas de voz e imagen de los candidatos, Zedillo tuvo 50, casi el doble que Cárdenas , mientras que Fernández de Cevallos tuvo 31".<sup>24</sup>

Aparte de estos datos, la Academia Mexicana de Derechos Humanos, entre sus conclusiones apuntaba que Televisa y Televisión Azteca "no respetan todavía el derecho a la información de los mexicanos", y aunque la Academia reconocía la mejoría de la cobertura en el proceso electoral, reiteraba: "pero siguen sin presentar de manera equilibrada y objetiva a los diferentes partidos y candidatos a la Presidencia".

A la inequidad que prevaleció en Televisión Azteca en cuanto a la aparición de los distintos candidatos, habría que sumar, la serie de descalificaciones personales que profirió la televisora contra la oposición, particularmente en contra del PRD, reflejando con esta actitud, lo más deleznable de su participación, ya que en un proceso tan importante para el país, no es concebible ni permitido para un medio de comunicación, el confundir la información e interpretar la historia inmediata con diatribas y calumnias, por el hecho de no simpatizar con

---

<sup>24</sup> Albarrán de Alba, Gerardo, "Hechos de Televisión Azteca, no se quedó atrás: otorga lugar de privilegio a la campaña priista", en Proceso, no.922, México, 4 de julio de 1994, p.14.

alguna de las fuerzas políticas involucradas en el proceso electoral, porque esta postura suele ser más peligrosa y desleal, tanto para los partidos políticos como para la sociedad, que el hecho de privilegiar a algún candidato en particular.

Eso sí, no es permitido tampoco, que el trabajo erróneo de los medios sirva para convertir a los partidos en mártires, y justificar su derrota únicamente por su ausencia en las pantallas de televisión, también tienen que asumir su responsabilidad las autoridades electorales y los propios partidos políticos que, ante su propia incapacidad de presentar proyectos políticos, económicos y sociales a la altura de las necesidades del país, prefieren sepultar a la política con insultos entre ellos mismos.

Como en esta parte se trata de recordar el papel desempeñado por Televisión Azteca en las elecciones presidenciales de 1994, quisiera terminar reproduciendo una de las opiniones del vocero de la campaña electoral de Cuauhtémoc Cárdenas, Adolfo Aguilar Zinser, con relación a la postura de la televisora del Ajusco, la noche del 21 de agosto de ese mismo año: "Encontramos después a Javier Alatorre en el momento en que leía con indescriptible gusto, el resultado del conteo rápido de Televisión Azteca: Zedillo 51.8%, Fernández de Cevallos 24.1%, Cárdenas 17.3%.

Cuauhtémoc escuchó sin moverse de su sitio, apenas y volteó la cabeza para ver de frente al locutor; anotó en su libreta las cifras; dio nuevamente la espalda al televisor en señal de que continuáramos la reunión.

(...) La manera como los directivos de CNIRT y Televisión Azteca anunciaron los resultados de sus conteos -Su triunfalismo inocultable, la coincidencia de cifras-, nos colmaron de indignación. Era evidente, por lo que estábamos viendo en la televisión esa noche y por lo que había ocurrido a lo largo del proceso electoral, que los autores del triunfo zedillista no

eran ni los políticos ni los estrategas del PRI, sino los dueños y directivos de los medios de comunicación".<sup>25</sup>

### 1.3. Televisa y Televisión Azteca: ¿La misma televisión?

La revisión de la oferta programática de Televisa y Televisión Azteca, se hizo de manera general como se advirtió desde un principio y lo más seguro es que una vez concluido este trabajo o quizá antes, surjan nuevos programas, pero mientras éstos sigan destinados al área del entretenimiento, en cada una de sus ramas, con la única intención de ganar dinero e invitar al público a sus pantallas mediante la presentación de programas morbosos y tergiversando la historia de cada día, simplemente habrán más programas, pero la misma televisión seguirá adelante, y lo peor, con su tradicional esquema e impunidad informativa.

Es necesario aclarar que no es una falta ni mucho menos una profanación, que las series cómicas, las telenovelas, el fútbol, las luchas, sean transmitidas; el entretenimiento es necesario, sobre todo cuando enfrentamos con regularidad una realidad tan apocalíptica e indescriptible.

Lo que no es válido, es el desplazamiento de los asuntos más relevantes que acontecen en nuestro país y el mundo, y la escasa disposición de la televisión para analizarlos y servir como foro para plantear propuestas y soluciones cuando el caso lo amerite, puesto que no es suficiente despertar y dormir, escuchando decenas de notas periodísticas que vuelven este mundo todavía más incomprensible.

La diferencia entre Televisa y Televisión Azteca -y la televisión mexicana en general- se dará cuando cualquiera de ellas entienda que la democracia no se discute ni se plantea sólo en procesos electorales, que la economía no sólo es importante cuando existen errores como el

---

<sup>25</sup> Aguilar Zinser, Adolfo, *¡Vamos a ganar!* Ed.Oceano, México, 1995, pp.127-129.

de "diciembre", que la pobreza no sólo es visible cuando se ampara en movimientos subversivos y que la cultura no debe ser vista como un simple objeto decorativo, sino como un baluarte imprescindible para todo ser humano.

Por último quisiera señalar que tampoco es un delito pertenecer a Televisa o Televisión Azteca, ambas empresas cuentan con el capital humano y la tecnología suficiente para iniciar el cambio que urge en este medio de comunicación. La trinchera es lo de menos, mientras el trabajo periodístico se haga con honradez, profesionalismo, y con el ánimo de coadyuvar al mejoramiento de nuestro país, y de su sistema político, económico, social, cultural y de los propios medios, entonces la televisión estará cumpliendo con su parte, de lo contrario, seguirá vigente la reflexión que hace Vargas Llosa acerca del periodismo, a través de las palabras de uno de sus personajes, en su Conversación en la catedral: "El periodismo no es una vocación sino una frustración"



la alta y la baja cultura- el principal factor que motiva a la sociedad a querer regularla y fijar límites a su poder expansivo. Es esa la causa del gran miedo que está por detrás de muchas de las reacciones defensivas o derogatorias que provoca la televisión".<sup>30</sup>

El razonamiento de ambos autores es evidentemente sugestivo, de hecho, en nuestro país, ante el cúmulo de programas de nota roja y de entretenimiento que, más que entretener han utilizado la peculiar picardía mexicana y hasta la presentación de semidesnudos para ganar rating, provocó que el presidente Zedillo le hiciera un llamado a las televisoras para que se autorregularan.

Es obvio que la moral y la televisión nunca han mantenido relaciones satisfactorias. La primera, porque ha querido ser impuesta por algunos círculos de la sociedad: padres de familia, legisladores, comunicadores y la Iglesia, de una forma inquisidora, motivados quizá por mojigaterías y no precisamente por buenas costumbres, y esto es precisamente lo que ha motivado el desdén de los operadores de la televisión, pero también, porque saben que lo aparentemente "censurado" o para "adultos" lleva consigo formidables ganancias económicas.

Al exigirle a la televisión mexicana que evite trastocar "valores morales", no debe tomarse esta petición como una excusa para criticar de "retrogradadas" "santos" o "moralistas" a quienes sigan haciéndolo, puesto que no se trata de esparcir principios decimonónicos, ni mojigatos, como ya se han encargado de hacerlo algunos políticos. Simplemente se tiene que brindar respeto hacia ciertos principios, que por ejemplo, son inculcados en el seno de

---

<sup>30</sup> Brunner, José Joaquín y Catalán, Carlos "Televisión, mercado y orden moral de la sociedad". en *etcétera* no. 147, México, 23 de noviembre de 1995, pp. 16,17.

la familia o aquellos que están relacionados directamente con el respeto a los derechos humanos, que en numerosas ocasiones son vulnerados en la televisión; en donde se ha vuelto costumbre insultar y humillar al ser humano para arrancar risas y aplausos.

Por lo tanto, el de la moral, debe ser considerado un tema más de la inagotable lista que está de por medio , para mejorar desde el trabajo periodístico hasta el de entretenimiento que ofrece la televisión, sin adjudicarle a la moral el principal motivo para controlar y regular a este medio electrónico.

A final de cuentas lo más importante era establecer la importancia que puede tener la vía jurídica, a través de una nueva ley en materia de medios de comunicación, para responsabilizar a la televisión de sus actos. Así que su eficacia, solamente se sabrá en caso de que se realicen modificaciones legales, y para que esto sea una realidad, se necesita del compromiso de los medios y en particular, de los concesionarios de la televisión nacional y de un verdadero ahinco de los partidos para que puedan concretar en el Congreso dichas reformas, y sus promesas legislativas con relación a los medios, no se vuelvan eternas y sin importancia para las demás legislaturas.

## **2.2. Autocontrol informativo y ética**

Otro de los senderos por el que ha rehusado transitar la televisión para mejorar su papel periodístico, su oferta programática y por lo tanto, su trato con la sociedad, es el del

autocontrol, inspirado en algún código de ética periodística, o a través de la vigilancia de un consejo de prensa.

La ética y el autocontrol no deberían ser impuestos para desarrollar el ejercicio periodístico, lo ideal sería que ambos principios fueran asumidos por periodistas y medios de comunicación como un compromiso personal y profesional.

Pero si los medios han mostrado recelo a la posibilidad de regular su desempeño mediante leyes debido a lo ineficaz que suelen ser en ocasiones, otra salida nada despreciable, sería asumir preceptos éticos, propuestos por los propios medios de comunicación y sus trabajadores, de tal manera que, la sanción no provenga de ningún poder de la federación, sino del medio e incluso de la sociedad civil, o de algún órgano autónomo.

El objeto del autocontrol iniciaría con el de la información difundida por la televisión. Es por eso que he considerado necesario transcribir el objeto del autocontrol de la información, explicado por Ernesto Villanueva, y a pesar de que su análisis está inclinado hacia la prensa escrita, creo que también podría aplicarse a la televisión: "El objeto paradigmático del autocontrol es normar la conducta de los sujetos que intervienen en la recepción, el procesamiento y la difusión de información, y su propósito final gira en torno a un doble objetivo que es al mismo tiempo una atribución capital: garantizar que la libertad de la información cumpla su función social y evitar las desviaciones de la prensa en el tratamiento informativo. El doble objetivo del autocontrol se materializa mediante el conjunto de

atribuciones de que están dotados los consejos de prensa, que es el nombre genérico con el que se identifica a los organismos de autocontrol".<sup>31</sup>

Ahora bien, ya que a través de los consejos de prensa se materializa el autocontrol, conviene enunciar algunas de sus atribuciones: "Proteger la libertad de información, atender los casos presentados por abusos o desviaciones de la prensa y emitir los dictámenes correspondientes, establecer medidas tendientes a evitar concentración de la propiedad de la prensa o la formación de monopolios, dar seguimiento a la orientación político-ideológica de las empresas periodísticas, establecer sistemas de formación profesional de periodistas y elaborar estudios sobre el desarrollo de la prensa, organizar y divulgar el control del tiraje y difusión de las publicaciones periódicas, elaborar el código deontológico de la profesión periodística, y representar a la prensa en su conjunto ante las diversas instituciones políticas y sociales del país".<sup>32</sup>

De la lectura de las anteriores atribuciones, podría decirse que el establecimiento de un consejo de prensa para nuestro país sería de gran utilidad para el gremio periodístico, ya que los medios en general, tendrían representación ante diversas instancias políticas y sociales a través de dicho consejo, y por ende habría mayor facilidad para acceder a fuentes informativas; pues si los consejos tiene como atribución corregir los excesos de la prensa, también podrían gestionar ante el gobierno federal y el sector privado el requerimiento de la información que se necesitara para evitar prácticas deleznable y con ello, generar un

---

<sup>31</sup> Villanueva Ernesto, "La prensa ante su espejo", en etcétera no.184, México, 8 de agosto de 1996, p.17

<sup>32</sup> Ibid. pp.17-18.

cambio paulatino en la actitud ensoberbecida de los medios que, en su presunto deber por informar, no sólo pueden llegar a traficar con la información sino con influencias.

Además, la sociedad civil encontraría en estos consejos de prensa un canal para responder y reclamar ante posibles abusos u omisiones de la televisión, ya que sin lugar a dudas, los medios no han querido responsabilizarse con su auditorio y cuando lo han hecho es en un juzgado, porque lamentablemente en la pantalla televisiva pocas veces se asumen los equívocos y lo más importante, no son resarcidos o corregidos en el mismo espacio ni con la misma intensidad con la que se cometió el atropello.

Acompañar el autocontrol de la información, junto con el del trabajo periodístico es vital e inseparable. Como lo expusimos con anterioridad, la información es la materia prima del periodismo y se ha dicho tantas veces que la información es poder, que tan sólo de escuchar tal afirmación produce hastío, pero es una realidad, y como tal, hay que seguir buscando los contrapesos para un uso adecuado de la misma, y evitar como se denunció, la aparición de una supuesta lista que contenía el nombre de periodistas señalados por el secretario de Gobernación a "quienes debe negarse el acceso a información de interés público y nacional".<sup>33</sup>

El hermetismo gubernamental o de cualquier institución pública o privada hacia los medios para que éstos desempeñen su labor, conduce únicamente al rechazo mutuo e impide que los asuntos "públicos" o de "interés nacional" puedan ser discutidos con seriedad y

---

<sup>33</sup> Velázquez, Raúl, "De listas negras y guerras jurídicas", en Revista Mexicana de Comunicación, no 44. México, mayo-julio de 1996, pp.54-55.

honestidad; provocando con esta actitud hostil, una más peligrosa: llámese desinformación, filtración o juego de intereses, gracias al poder -aunque se niegue- que otorga una columna, o un espacio radiofónico o televisivo.

Y es que se nos ha olvidado que más allá del campo meramente periodístico, la información es un elemento que será decisivo para el desarrollo futuro del país, como no lo recuerda el politólogo Luis Rubio: "Los mexicanos no son distintos a los ciudadanos del resto del mundo: reconocen en la libertad un valor universal. En la medida que tengan más libertad gracias a la disponibilidad de información van a comparar su nivel de vida con el resto de los seres del planeta y van a demandar garantías respecto a los caciques y jefes políticos de la localidad, mejores condiciones para poder trabajar, abrir una empresa y en general, vivir. A final de cuentas, van a demandar un cambio en las relaciones de poder".<sup>34</sup>

Aparte del autocontrol de la información materializada en los consejos de prensa, existe otra propuesta muy interesante que coadyuvaría en el mejoramiento y el control de la televisión, y por supuesto, de los demás medios de comunicación: me refiero a los órganos constitucionales autónomos.

A pesar de que en nuestro país no hay una presencia real de tales órganos, su existencia no sólo ayudaría a realizar el viraje en el que hemos insistido para la televisión, también, permitiría un nuevo equilibrio entre los poderes tradicionales y aquellos provenientes de la misma sociedad civil, ya que son: "Una vía para conciliar democracia de partidos, poderes

---

<sup>34</sup> Rubio, Luis, "Información, ciudadanía y política pública", en Nexos, México, no.230, febrero de 1997, p.53.

tradicionales, grupos económicos y sociales, y democracia(...) y pueden ser capaces de fiscalizar, transparentar y democratizar la vida pública, siempre y cuando no se conformen en los cotos cerrados y burocratizados de los técnicos".<sup>35</sup>

Además, los órganos constitucionales autónomos poseen la peculiaridad de trabajar de manera independiente, y aunque su nacimiento sea producto de partidos y de la sociedad civil, cuentan con independencia operativa y financiera que es de gran importancia.

Para Jaime Cárdenas Gracia, las características que debería tener el órgano constitucional autónomo para los medios de comunicación son las siguientes: "La autonomía o independencia, los titulares de éstos órganos, preferentemente deben ser propuestos por el Poder Legislativo con mayorías calificadas superiores a las dos terceras partes del Congreso, apoliticidad, inmunidades, responsabilidades; los órganos constitucionales autónomos informarían periódicamente de sus actividades al Congreso y a los ciudadanos; transparencia, intangibilidad y funcionamiento interno apegado al Estado de Derecho".<sup>36</sup>

Como en los consejos de prensa, los órganos constitucionales autónomos, parecen ser proyectos ambiciosos y hasta quizá utópicos para el caso de nuestro país, pero el funcionamiento de éstos en otros países ha redituado logros considerables; y si en este arduo debate hay opciones que pueden probarse, no sería ilógico intentar su adopción, más aún, cuando en México -al igual que otros países- la transparencia y responsabilización del

---

<sup>35</sup> Cárdenas Gracia, Jaime, "Órgano constitucional autónomo para los medios de comunicación". en Comunicación, Derecho y Sociedad Ed. Media Comunicación, México, 1997, p.12.

<sup>36</sup> Ibid, pp.120-121.

trabajo de cualquier instancia política, pública o privada, suele complicarse , debido a la falta de autonomía de quienes lo hacen, o por el simple intercambio de interés particulares.

Ahora bien, otro equilibrio o mejor dicho, el compromiso que podría asumir la televisión desde su programación hasta con su publicidad y competencia, sería adoptando un código de ética para el desempeño de su labor cotidiana.

Al hacerlo no habría excusas para intentar la practica de un periodismo más comprometido con normas internas que rijan su conducta.Y lo más importante, promovería los límites y alcances del ejercicio periodístico de cada medio, con lo cual, el director del programa, productor, jefe de información y reporteros, sabrían qué es ético para informar o comentar y qué no lo es; sin que esta normatividad ética se confunda con una "línea a seguir" como sucede en diversos medios.

En caso de asumir algún código de ética ,éste tendría que ser producto del consenso de los profesionales de la comunicación , y de los dueños de los medios, pues a final de cuentas ellos son los que mandan y por lo tanto tendrán que aprender, que el interés económico no tiene que reñir forzosamente, con el interés por informar verazmente y la crítica responsable.

En nuestro país, la adopción de algún código de ética es todavía un intento débil , particularmente para la televisión, porque hay que recordar que los esfuerzos más sobresalientes al respecto, han provenido de la prensa escrita. Por ejemplo, en 1993 El Economista designó a su defensor del lector y elaboró su propio código llamado Derecho de los lectores; en ese mismo año, el periódico El Norte, de Monterrey, estableció consejos de los lectores, cuya finalidad sería comentar y sugerir respecto a la información presentada en



sus páginas. Asimismo, El Nacional, el 7 de agosto de 1994, asumió "Diez compromisos editoriales", "en donde expresaba votos de pluralidad y tolerancia".<sup>37</sup>

Difícilmente se podrá encontrar un código de ética específico para cada medio de comunicación, ya que éstos son dirigidos para los medios de comunicación en general.

Sin embargo, considero que para la televisión tendrán que contemplarse algunos de estos criterios:

-Derecho de réplica para los televidentes que resulten afectados por alguna información difundida por cualquier emisora, haciendo uso del mismo espacio en que se haya cometido el agravio.

-Realizar la labor informativa de forma veraz, imparcial, y que la función editorial se realice sin entrometerse en la vida personal de cualquier individuo y los comentarios se alejen de cualquier calumnia o información no fundamentada.

-Utilizar la información de "interés público", como elemento de orientación pública, sin fines aduladores ni chantajistas.

-Hacer de los espacios informativos, un foro de análisis de la realidad inmediata por la que atraviesa el país, de manera que la sociedad no sólo conozca la información sino que la pueda interpretar.

-Evitar abusar de los espacios que tienen las emisoras para dirimir conflictos personales o empresariales, toda vez que el público no es quien los origina.

---

<sup>37</sup> Cfr. Sobre este tema, la información se encuentra detallada por: Trejo Delarbre Raúl, Volver a los medios, Ed. Cal y arena, México, 1997.

Las anteriores propuestas no serán la panacea que resuelva de inmediato los vicios y errores que durante largos años ha arrastrado la televisión de nuestro país. También es necesario que se le otorguen garantías a los periodistas que trabajan para la pantalla chica, como por ejemplo: un salario justo, acorde a las necesidades reales, para impedir la proliferación de prácticas ilícitas que comprometan su trabajo con otros intereses ajenos a su profesión.

Por su parte, los propietarios de los medios deberán interesarse en la profesionalización de sus empleados, y en el otorgamiento de garantías jurídicas para abrir plazas laborales, debido al preponderante número de free lance que existen todavía en el gremio periodístico. Los códigos de ética que se pueden rescatar en una investigación bibliográfica o hemerográfica pueden ser numerosos y al citarlos se corre el riesgo de invadir un amplio espacio, y el de un hartazgo por parte del lector hacia el tema, debido al extenso número de recomendaciones y buenos deseos que se han vertido para mejorar la actividad periodística en sus distintas vertientes.

Es por eso que, terminaré este parte del trabajo citando al maestro Barroso Alejo, quien se encarga de resumir algunos de los principales deberes éticos de los periodistas y que por supuesto, son aplicables a la televisión: "Los conceptos claves en torno a los cuales pueden agruparse los principales deberes éticos en los que han convenido las distintas asociaciones de periodistas, a pesar de su lugar geográfico, su régimen político y las estructuras económicas y sociales, así como la cultura de sus países y regiones, son los siguientes, que materializan el núcleo central de la ética profesional de los medios de comunicación:

1.- Principios de ética general que se refieren a la defensa de la verdad, la objetividad, la exactitud, así como al servicio al bien de la colectividad y la obligatoriedad de las normas éticas y el secreto profesional.

2.- Protección de la dignidad de la prensa humana y sus derechos, de donde derivan obligaciones como:

-Prohibición de la calumnia, acusación y difamación.

-Derecho a la intimidad y a la vida privada.

-Defensa de la libertad de información y derecho del periodista a su propia ideología.

-Igualdad de tratamiento para todas las personas, independientemente de su raza, religión o ideología política.

-Derecho de autor y mención de las fuentes.

-Derecho a un salario digno.

-Respeto a las instituciones sociales (familia, iglesias, Estado, Constitución, Cámaras, etc.).

3.-Principios normativos específicos a los profesionales de la información, como pueden ser:

-Integridad del periodista (no recibir ni ofrecer dinero, ni beneficios).

-Dignidad profesional y lealtad a la empresa.

-Utilización solamente de justos y honestos medios para obtener noticias, fotografías y documentos.

-Aceptación de la responsabilidad de sus escritos.

-Solidaridad profesional. Espíritu de cuerpo.

-La clausula de conciencia.

4.- Principios deontológicos que, aunque no se refieran directamente a la moralidad de la empresa, se entiende que es la empresa o a la dirección de la misma, a la que corresponde la obligación de velar e imponer su cumplimiento:

-Derecho de réplica y corrección de errores.

-Responsabilidad con la consecución y consolidación de la paz, defensa de la soberanía y de la seguridad de la nación, etc.

-Que los titulares respondan al cuerpo del artículo.

-No incitar al crimen, al robo, al delito, a la violencia, etc.

-No a la degradación del sexo y a la pornografía".<sup>38</sup>

De aplicarse algunos de estos principios, lo más seguro es que paulatinamente se avance en este difícil proceso del mejoramiento del trabajo periodístico y de la oferta programática de la televisión en nuestro país, aunque eso sí, no serán las únicas vías que se deben explorar, ni las últimas que se propondrán.

En suma, no desaprovechemos el valor de la ética y su utilidad para desarrollar un periodismo honesto, apegado a las necesidades sociales y apartado de admoniciones por calumnias o informaciones tergiversadas, para que de esta manera, no sólo se reconozca la importancia de los medios sino que a la vez, se dignifique el periodismo y la televisión nacional.

---

<sup>38</sup> Concha Malo, Miguel, "La ética del periodista: su responsabilidad social". Texto presentado en el primer simposio de la Asociación Mexicana de Mujeres Periodistas (AMMPE), efectuado los días 7 y 8 de diciembre de 1992, en la ciudad de México.

### **2.3. Concesión no concertación**

A pesar de que este capítulo ha tenido como finalidad el abordar y enunciar el camino más adecuado -más no el único- para que la televisión mexicana desempeñe su trabajo periodístico y hasta el de entretenimiento con mayor responsabilidad ante la sociedad, asumiendo sus errores y por lo tanto, rindiendo cuentas ante quienes resulten afectados por éstos; pensé que sería necesario incluir en este apartado el tema de las concesiones.

¿Por qué? Si hay que dar una respuesta, esta sería: en nuestro país, el otorgamiento de concesiones por parte del Ejecutivo Federal, para que las estaciones de televisión y radio puedan operar, se ha realizado de manera discrecional, privilegiando los intereses económicos y políticos del gobierno en turno y de los concesionarios. La concesión, lamentablemente ha significado una especie de concertación entre el Ejecutivo Federal y los concesionarios de la televisión. De esta manera, el Ejecutivo puede exigirle sumisión a cada uno de los concesionarios en el trabajo informativo y, particularmente en las esferas de trabajo del gobierno, porque éste, es además uno de los grandes anunciantes; y a cambio, el medio de comunicación se beneficia recibiendo un trato preferencial.

Esta relación que surge entre el Ejecutivo y los medios se vuelve perversa, y nuevamente el afectado es el televidente, quien, ante esta especie de amasiato, tiene que resignarse a la imposición informativa y programática.

Con este breve marco referencial he pretendido justificar la importancia de seguir derrochando tinta para este tema. Ahora, el siguiente paso será mostrar los principales vicios presentados en el otorgamiento de concesiones, a causa de la atrasada legislación en la materia y la politización que ha estado presente. Obviamente, con el ánimo optimista de estas líneas, señalaré algunas propuestas expresadas por analistas de los medios de comunicación, pues éstas solamente han pretendido modificar esta actitud interesada y no precisamente necesaria para la sociedad en su conjunto.

### **¿Nueva legislación o nueva actitud?**

De entrada, parecería ociosa la interrogante, porque si queremos que el otorgamiento de concesiones se desarrolle mediante un proceso diáfano, se requiere la voluntad de los actores principales: medios, gobierno, partidos, quienes a su vez tendrán que actuar pensando en la sociedad civil y en lo que quieren ver en las pantallas televisivas.

Pensar en posibles modificaciones a la Ley Federal de Radio y Televisión, no es algo nuevo que se haya planteado, sin embargo no se puede claudicar así nada más ; en primera, por lo anacrónica que resulta dicha ley y por su incumplimiento en diversos rubros, aunque en estos momentos sólo nos ocuparemos de la parte relacionada con las concesiones.

De realizarse enmiendas a la Ley Federal de Radio y Televisión , sería pertinente que se revisara el relacionado con el "término" de una concesión, ya que de acuerdo con el Artículo 16 de la mencionada ley, se establece que: " El término de una concesión no podrá exceder

de 30 años y podrá ser refrendada al mismo concesionario que tendrá preferencias sobre terceros".

Como podrá apreciarse, el carácter de la anterior disposición ha propiciado que la competencia en la pantalla chica se nulifique y por consiguiente, el que se haya formado un monopolio de la televisión en México; restringiendo la posibilidad de que nuevas opciones aparezcan y con ello, se pueda romper con la uniformidad actual de la oferta televisiva.

Al respecto, Raúl cremoux opina lo siguiente: "Resulta notable observar por una parte, el enorme tiempo en que es concesionado un bien patrimonio de la nación y, por otra, la ausencia total de requisitos para obtener el refrendo de una concesión. Las administraciones públicas debieron haberse autoimpuesto realizar anualmente una detallada evaluación del cumplimiento o no, que el concesionario hubiese hecho de esta ley, de sus reglamentos y de los términos de la concesión, a efecto de resolver si la concesión se mantiene o se revoca. Esto sin perjuicio de que pudiera ser revocada en cualquier tiempo.

El texto de este artículo y el espíritu de la Ley muestran complacencia anticipada ante la tarea de quienes de manera temporal tienen en sus manos una concesión federal".<sup>39</sup>

Otro punto muy importante y diría que hasta sensible, es el de los pagos que se realizan para obtener una concesión, puesto que la ley sólo habla del monto de un depósito o de una fianza: "El monto del depósito no podrá ser menor de 2 mil ni exceder de 10 mil pesos, y el de la fianza será de 5 a 50 mil pesos".

---

<sup>39</sup> Cremoux, Raúl, La legislación mexicana en radio y televisión, Ed.UAM, México, 1982, p.28.

Respecto a este punto habría que decir en primer lugar que, las cantidades establecidas fueron superadas por el tiempo, y por lo tanto son incongruentes. En segundo lugar, el artículo 18 de la Ley Federal de Radio y Televisión el cual se encarga de puntualizar la cantidad del monto o la fianza, que servirá para "garantizar que se continuarán los trámites hasta que la concesión sea otorgada o negada", no menciona una cantidad específica que se tenga que cubrir para tener acceso a una concesión, y es que hay que recordar que en la medida que un bien de la nación se otorga como concesión, el gobierno no tendría porque cobrar dinero alguno, a excepción del monto o de la fianza.

Con esto, surgiría la interrogante del por qué en los últimos años se han pagado cantidades estratosféricas por concesiones. Ejemplo de ello, lo representó el pago de 645 millones de dólares que hizo Ricardo Salinas Pliego, por las redes nacionales de los canales 7 y 13.

Un ejemplo más del derroche de dinero que se ha gastado por concesiones, se presentó cuando en noviembre de 1993 el gobierno le cobró a Televisa 93 millones de dólares por 62 nuevas frecuencias que sirvieron para una nueva red nacional al frente del canal 9.

Podrán surgir más aspectos controvertidos en lo que se refiere a las concesiones, pero tanto el término, como el pago que se han hecho por algunas de éstas son cuestiones vitalicias que deberán atenderse sin más retrasos.



Sobre este mismo tema, Ernesto Villanueva se manifiesta a favor de una reforma en el sistema de concesiones: "Debe reformarse el sistema de concesiones y permisos de radio y televisión previsto en el título tercero, capítulo primero y segundo, de la Ley Federal de Radio y Televisión, en virtud de la enorme discrecionalidad que permite este cuerpo legal, peculiaridad que atenta contra el principio de seguridad jurídica, pues carece de la base esencial de previsibilidad que distingue a los sistemas de derecho positivo. Metajurídicamente, el sistema vigente privilegia la negociación política de concesiones y la suscripción de acuerdos tácitos en favor de ponderar las virtudes del régimen y minimizar las críticas a éste, circunstancia que en nada contribuye a hacer de la libertad de expresión un vehículo de transición de conciencia e instrumento para la democracia.

Por ello es conveniente que los permisos y concesiones se otorguen en función de criterios de disponibilidad técnica, sujetos ciertamente a responder las restricciones constitucionales a la libertad de expresión. Por utilizar el espacio aéreo de la nación, sería saludable también que los permisos y concesiones otorgados en primera instancia por las autoridades competentes del Ejecutivo Federal, fueran sancionados por una comisión ad hoc de la Cámara de Diputados, atribución que podría contribuir a que los medios electrónicos sortearan el fantasma del monopolio fáctico existente y, por el contrario, se democratizara su tendencia en favor de la pluralidad informativa".<sup>40</sup>

Otro aspecto sumamente importante que tendrá que revisarse, es la facultad que tiene el Ejecutivo Federal para otorgar directamente las concesiones. ¿Qué quiero decir con esto?

---

<sup>40</sup> Villanueva, Ernesto, "Para una nueva legislación de medios", en Revista Mexicana de Comunicación, no.41, México, agosto-octubre de 1995, p.9 del suplemento especial.

Que es necesario y me atrevería a decir que hasta urgente, intentar que las concesiones sean otorgadas por algún consejo plural e independiente del Ejecutivo, integrado por comunicadores, empresarios, miembros de la sociedad civil, que puedan garantizar imparcialidad en el otorgamiento de una concesión y que además puedan establecer requisitos viables y en favor del auditorio, y que a su vez, los concesionarios y el respectivo medio de comunicación se encuentren bajo la constante supervisión de dicho consejo, para que este pueda establecer la revocación de una concesión, debido al incumplimiento de algunos de sus lineamientos establecidos.

Aclarados estos puntos, quisiera referirme ahora a otra clase de concesiones: las de carácter político que se han otorgado mutuamente el gobierno y la televisión, pero para ser más específico, las que han hecho los regímenes priístas a Televisa y viceversa; porque evidentemente, Televisa fue hasta hace unos años la única frecuencia, e independientemente del surgimiento de otras opciones, la relación PRI-Televisa ha sido quizá la más costosa para el país.

Dado que es muy difícil tener acceso a los laberintos del poder, tan sólo citaré dos ejemplos sencillos, pero que describen claramente hasta dónde pueden llegar los compromisos e intereses políticos y económicos, sin que importe en lo más mínimo la opinión del televidente.

El primero de estos ejemplos es con relación a los tiempos fiscales: la historia se remonta al gobierno del entonces presidente Gustavo Díaz Ordaz, quien pretendió establecer un

impuesto de 25 por ciento a las empresas radiodifusoras "por el servicio de radiodifusión y entregarlo a la autoridad fiscal".

Ante esta medida gubernamental los empresarios de radio y televisión protestaron, y sus demandas fueron tan fuertes, que dejaron a un lado la negociación, y el enojo se volvió amenaza: "Cuando Díaz Ordaz quiso cobrar mayores impuestos a las radiodifusoras y, de pasada ejercer mayor control en lo que transmitían la respuesta fue que la Cámara de Radiodifusión en pleno fue a ver al presidente para entregarle todas las concesiones, y de pasada amenazarlo con represalias económicas por parte de sus clientes de publicidad. La amenaza era de tal magnitud que todo quedó en que los mismos radiodifusores propusieran que en lugar de impuesto, el gobierno tuviera derecho a transmitir sus propios programas y mensajes en el 12.5 por ciento del tiempo real de transmisión de cada estación".<sup>41</sup>

Hasta la fecha el gobierno sigue utilizando el 12.5 por ciento de ese tiempo, y lamentablemente con programas de baja calidad y en horarios con escasa audiencia, dando la impresión de que su existencia es sólo para cubrir espacios, sin que éstos contribuyan al mejoramiento de la programación y mucho menos, para dar cabida a los asuntos de interés público.

El segundo y último ejemplo, muestra sin lugar a dudas el exacerbado anhelo de poder con el que han sobrevivido gobierno y medios, y que es puesto al descubierto por la incesante prosa de Julio Scherer García: "A Miguel Alemán Velasco le gustaba contar historias que brotan de sus labios como burbujas de jabón, multicolores.

---

<sup>41</sup> Mejía Barquera, Fernando, "50 años de televisión comercial en México/ (1934-1984). Cronología", en Televisa el quinto poder, Ed. Claves Latinoamericanas, México, 1985, p.25.

Un viernes concurrido se unió a la mesa que preside Sánchez Navarro en el club de los Industriales y narró sin matices el epílogo de la famosa cena en casa del licenciado Antonio Ortiz Mena el 23 de febrero de 1993.

Ante los hombres de mayor riqueza en el país había hablado el anfitrión, el licenciado Genaro Borrego, presidente del PRI, y el presidente de la república. En lenguaje coincidente habían abordado la razón de la cita: resumir dinero para el partido y limpiar la imagen del órgano subsidiado por el gobierno. Una cuota única pidió Ortiz Mena a sus invitados: 75 millones de nuevos pesos.

Los detalles del ágape se conocen. Azcárraga llegó tarde, ofreció sus disculpas al presidente, hizo mofa de los empresarios y cayó en el desafío:

-He ganado tanto dinero en estos años que me comprometí a aportar una cantidad mayor.

Bernardo Garza Sada aprovechó el viaje y apenas ocultó el acto fallido:

- Ya que Emilio se comprometió a dar más, yo promedio con él para que nos quedemos con los veinticinco millones de dólares.

Terminada la cena, terminado el café, terminados los coñacs, el presidente buscó el sitio adecuado para despedir, uno a uno, a la treintena de empresarios convocados.

Alemán, secretario de finanzas del PRI, se mantuvo a su lado.

-Los escuché a todos -refiere. Una notable mejoría aprovechó la ocasión para hacerle alguna petición al presidente.

-¿Qué peticiones?- pregunté.

La respuesta flotaba:

Franquicias, facilidades, su bienestar, sus negocios".<sup>42</sup>

El anterior relato se transforma en una prueba fehaciente de la relación tan ruin, engendrada desde la cúspide del poder político y de la complacencia sin escrúpulos para aceptar sin cuestionamiento alguno la oferta de los jefes de nuestra política.

Con esta clase de acuerdos e intereses recíprocos ¿cómo se podrá ejercer un periodismo crítico, veraz e independiente? Creo que ni los propios concesionarios han pretendido responder esta pregunta, a pesar, de que en el caso de Televisa su nuevo presidente haya dicho estar "con México" y se desligue del prisma que durante muchos años defendió esa empresa.

Los medios, incluyendo a la televisión, criticaron el bipartidismo con el que supuestamente gobernó Salinas, al lado del PAN, y calificaron los logros del panismo como "concertaciones". También, trataron de poner al descubierto las presuntas recompensas políticas que se le otorgaron, pero lo que hasta el momento no han hecho, es examinar lo lesivo que ha resultado el vigente manejo del otorgamiento de concesiones.

Quizá no lo hagan, porque tal vez todavía el gobierno y la televisión actúan de común acuerdo, mirando por sus intereses económicos y políticos. De ser así, el espectáculo televisivo, lamentablemente será el mismo y los espectadores serán los últimos en quienes piensen. Que pena.

---

<sup>42</sup> Scherer García, julio, Estos años, Ed. Grijalbo, México, 1995, pp.29-30.

del país. Por ese motivo fue necesario referirnos al amasiato en que han vivido el PRI y Televisa. Sin embargo, la democratización de la televisión mexicana y del país no depende únicamente de la virtual separación de Televisa con el PRI, pues el "adulteramiento de los mecanismos naturales de creación de opinión pública" que ha promovido la televisión no se pueden adjudicar sólo a las relaciones convenenieras entre televisoras y gobierno en turno.

Por ejemplo, Televisión Azteca en sus corta trayectoria no ha padecido el lanzamiento de críticas por defender a un partido político -salvo algunas excepciones- y no por ello, se le puede ensalzar o reconocer que ha coadyuvado como medio de comunicación en esta etapa de transición, por la que estamos supuestamente atravesando, ya que el trabajo de la "Fuerza informativa Azteca" ha sido preponderantemente noticioso y su visión de la política es caricaturizada a través de muñecos de peluche, y mediante la venta de cintas musicales. Pero insisto, mientras la política sea presentada insidiosamente, y con el afán de ridiculizar a los principales políticos del país, la opinión pública mantendrá sólo imágenes de desprecio y rechazo hacia la política y las instituciones.

Con esa postura beligerante de la televisión -y de otros medios- cómo exigirle entonces a la ciudadanía que participe en los procesos electorales, o que se inmiscuya en los asuntos políticos de esta nación, si la política, las actividades partidistas y las acciones gubernamentales sólo son vistas como un cáncer incurable del propio sistema político.

De cualquier forma, aunque la política se haya perpetrado en el imaginario colectivo y en la realidad como una enfermedad, la resignación o el desdén no es la solución para conseguir un remedio. En este sentido, la televisión no ha buscado suministrar alguna dosis que ayude

a remediar el desprestigio de la política, que efectivamente no es su obligación inmediata ni de ningún otro medio, sino de sus propios protagonistas; es decir, de quienes conducen y modelan el destino de nuestro país.

Pero cuando los medios se aferran a vituperar y desacreditar las acciones gubernamentales o de los partidos políticos, sin analizar o proponer estrategias alternas, sus críticas se convierten en infundios y sus espacios se reducen a la descalificación y a la autodegradación.

En este aspecto, parece tener razón Miguel González Compeán, cuando analiza el choque entre la realidad y el discurso de los medios: "Sin embargo, lo que ha quedado al margen de juicio, en el papel que han jugado los medios en nuestra transición es, sin duda, el discurso. La semántica que lo guía y su contenido chocan con la realidad en sinnúmero de espacios". Y concluye su análisis, citando a Niklas Luhman y Raffael De Georgi: " Se puede observar una creciente discrepancia entre semántica y realidad. Por una parte (porque) estamos ante un comercio de desechos intelectuales que se dedica al reciclaje de las ideas y que se distingue sólo por las marcas de fábrica: neo y post. Por otra parte, se asiste al hecho de que la comunicación social manifiesta una intensa sensibilidad, que se expresa con reacciones rápidas frente a problemas nuevos; (...) y que éstas ya no se articulan, a la manera de la filosofía o el análisis de los grandes problemas de la sociedad sino se ajusta a las normas (puramente) de los medios masivos de comunicación".<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> González Compeán, Miguel. "El discurso y la realidad en la transición mexicana" en Nexos, no.235, México, julio de 1997.

Ante la falta de propuestas alternativas por parte de los medios y su permanente intransigencia con la realidad, el resultado final -como ya lo dijimos- es la animadversión hacia la política. Por eso cuando los medios y en particular la televisión, intenta revertir este clima de desconfianza con la intención de acercar a los televidentes hacia los distintos acontecimientos que suceden en nuestro país, este objetivo se vuelve un verdadero suplicio. Por consiguiente la consecuencia más alarmante de esta paranoia televisiva, es la despolitización de la sociedad y conjuntamente, la inercia ciudadana para examinar críticamente y de forma razonable, las políticas públicas, económicas y sociales.

De esta manera, la ciudadanía no sólo es despojada de un examen crítico y ponderado de la realidad nacional, sino de la oportunidad de conocer sus derechos políticos, para poder exigir el cumplimiento de los mismos y su respectiva protección jurídica, y así, tener la posibilidad de contrarrestar por la vía institucional los excesos del poder.

Esta situación viene a confirmar que, la televisión ha actuado como un medio de gobernabilidad, entendiendo a ésta como "el conjunto de técnicas empleadas por los grupos en el poder para controlar los conflictos sociales. Estos mecanismos, además, llevan a reemplazar la participación con sentido decisorio que exige la auténtica democracia por formas sustitutas de dicha participación".<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Crovi Druetta Delia M.. "La televisión como instrumento de gobernabilidad" en Democracia y medios de comunicación : un binomio inexplorado. Ed. La Jornada Ediciones-Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades/UNAM, México, 1995, p.80.



¿Cómo se puede caracterizar la gobernabilidad que ejerce la televisión? La profesora Covi Druetta afirma que: "A nuestro juicio existen por lo menos seis factores que se articulan en la relación televisión-gobernabilidad:

- 1.El mapa televisivo configurado a partir de las políticas neoliberales.
- 2.La relación de identidad en materia de intereses políticos y económicos entre los dueños de los canales y sistemas de TV con los grupos en el poder.
3. La desregulación en materia televisiva, entendiéndolo por ello la flexibilización de la que ha sido objeto la legislación sobre medios en todos sus aspectos.
4. La oferta de programación, cada vez más inclinada hacia la televisión de entretenimiento y comercial que promueve nuevos valores sociales, en detrimento de una TV crítica, plural y participativa.
5. Aislamiento, falta de participación y ruptura de la interacción en la recepción que se da al interior de la familia.
- 6.El fortalecimiento de una televisión fragmentada que permite un mejor control de los grupos, tratando sus demandas como parcialidades".<sup>54</sup>

Ni exagerado ni apocalíptico resulta el balance de la profesora Covi Druetta. Pues por ejemplo, la lucha de los grupos indígenas que intenta conseguir su autonomía y la vigencia de sus derechos, más allá del EZLN, no ha sido un tema discutido por la televisión, ni mucho menos, con algún afán reivindicatorio y que además pudiera eliminar el exacerbado dogmatismo o radicalismo de algunos de los simpatizantes de esta causa. Por el contrario,

---

<sup>54</sup> Ibid. p.84.

han pretendido mostrar que los grupos étnicos del país viven armónicamente y gozando del PROGRESA (Programa de Educación Salud y Alimentación) que echó andar el gobierno federal para erradicar la pobreza en las regiones más afectada por ésta.

Los diversos movimientos sociales, políticos, estudiantiles o sindicales, no han encontrado un espacio de interlocución en la televisión. Si hemos de tomar algún ejemplo al respecto, podríamos remitirnos a una de las facetas por las que ha atravesado recientemente el sindicalismo. Después de la muerte de Fidel Velázquez, Televisa al igual que TV Azteca, se dedicaron a elogiar al acaecido jerarca de la CTM y lo mostraron ante las pantallas como patriota ejemplar e insigne líder sindical.

Lo que no mostraron, fue el corporativismo que fomentó como líder sindical y el apoyo irrestricto que ofreció al paso de los años al PRI. Tampoco se atrevieron a señalar que apoyó medidas autoritarias, como por ejemplo: la represión contra movimientos organizados como el de Demetrio Vallejo y Valentín Campa, y la violencia ejercida contra la movilización estudiantil ocurrida en el año de 1968.

Ahora que ya no está entre nosotros Fidel Velázquez, el sindicalismo mexicano ha pretendido realizar un cambio, al intentar crear una central obrera alterna al Congreso del Trabajo y a la CTM, con una actitud más democrática, que rompa con el clientelismo político y que actúe a favor de los trabajadores.

Ante esta determinación, la pantalla chica no hizo tanto ruido, y lo más lamentable, ni siquiera intentó sumarse a la discusión de un asunto tan relevante para el país.

Podríamos abarcar demasiadas páginas con ejemplos que den cuenta de la serie de omisiones que ha tenido la televisión mexicana o mejor dicho, su falta de compromiso con los asuntos que en verdad tienen que ver con el avance o retroceso de nuestro sistema político a favor de la democracia; aunque al parecer, con los anteriores ejemplos es más que suficiente, para mostrar otra de las prácticas ignominiosas de nuestra televisión.

Lo cierto es que, si la televisión mexicana desea construir un puente que permita el paso de ideas, propuestas, debates y análisis, en torno a los arreglos institucionales más convenientes que el país requiere para avanzar en el tránsito democrático que empieza a darse, es urgente que de una vez por todas, asuma el papel de interlocución y discusión que le corresponde como medio de comunicación, con el fin de analizar las perspectivas nuestro sistema político, y poder examinarlo con seriedad y honestidad, sin otro compromiso que no sea con la sociedad.

### **3.2. El acceso de los partidos políticos a la televisión**

Por lo regular, cuando está de por medio algún proceso electoral, uno de los temas más recurrentes por parte de los partidos políticos, tiene que ver con su presencia en los medios de comunicación.

El asunto no es casual, ni mucho menos sorprendente, dado que es impensable dejar de lado a los medios para exponer ideas, programas y propuestas de gobierno; de lo contrario, la ciudadanía se encontraría ante un panorama político desierto de ofertas políticas viables y que puedan ofrecerle bienestar económico y estabilidad política.

Lamentablemente, aún cuando los partidos políticos han encontrado a través de una reforma político-electoral mayores condiciones de equidad en cuanto a su acceso a los medios de comunicación, específicamente en los electrónicos, sus espacios no han sido aprovechados lo suficientemente para "difundir sus principios ideológicos, programas de acción y plataformas electorales" tal como lo señala la legislación electoral. (Artículo 41 del COFIPE)

Esta ausencia de propuestas por parte de los partidos no estuvo exenta de la televisión. Este medio de comunicación fue un escenario más, para que los partidos políticos se agredieran verbalmente, y también, para que se calumniaran y denunciaran actividades ilícitas que pudieron haber cometido en el pasado. Todo esto sucedió como preámbulo a las elecciones del seis de julio de 1997.

Los ataques fueron de todo tipo: Diego Fernández de Cevallos acusó al presidente Zedillo de poseer terrenos en Punta diamante; Carlos Castillo Peraza, abanderado panista al gobierno capitalino, en plena campaña electoral denunció a Cuauhtémoc Cárdenas, de haber privatizado veinte mil metros cuadrados de terrenos públicos, a precio "irrisorio" en favor de su madre. Bital tuvo que desligarse del supuesto estado de cuenta por "casi 100 millones" que presuntamente tenía a su nombre Cárdenas, en esa institución bancaria. Mientras tanto, en su órgano de difusión "La República", los priistas presentaron al líder

nacional perredista, Andrés Manuel López Obrador como un pepenador, refiriéndose al beneplácito que le había causado el recibir dentro de las filas de su partido, a ex militantes priistas. Asimismo, dentro de "La República" caricaturizaron al líder nacional del PAN, Felipe Calderón Hinojosa, al mostrarlo como un "fascista".

En el cierre final de las campañas electorales, diputados federales perredistas descubrieron en dos domicilios ubicados en las colonias Condesa y Apatlaco, laboratorios en los que se producían videocasetes en contra del PRD.

Dentro y fuera de las pantallas televisivas, los partidos políticos se sumaron al descrédito de la política. Su error fue que lo hicieron en un mal momento, al parecer, a los partidos se les olvidó que el amanecer y el ocaso de los últimos años en México, estuvieron marcados por una ola de violencia imparable y el destello imborrable de la corrupción dentro y fuera de las filas gubernamentales.

Las campañas políticas previas a las elecciones de julio del 97, se distinguieron por su perfil perverso: desacreditar a cualquier precio al rival político.

A pesar de la ejemplar jornada electoral del seis de julio, y la "normalidad democrática" que estamos viviendo los mexicanos, no se puede soslayar la irresponsabilidad que tuvieron los partidos políticos con la ciudadanía en un proceso electoral tan importante, pues en las campañas tuvieron un lugar secundario las propuestas de gobierno de cada uno de los candidatos.

Sólo en los últimos días -previos a la jornada electoral- en el caso de la elección del gobierno capitalino, las principales fuerzas políticas del país publicaron en los diarios más influyentes

de la capital, las propuestas de sus respectivos candidatos , lamentablemente no se detallaban sus estrategias ni la viabilidad de las mismas.

¿De qué sirve que los partidos políticos exijan mayor presencia en los medios de comunicación, si ésta se utiliza para descalificar a sus adversarios? ¿Dónde quedan las plataformas electorales, sus estrategias económicas, políticas y sociales? Esto es precisamente, lo que queremos responder a continuación.

### **3.2.1. La antipolítica de los partidos en la televisión**

Desde que en 1973 se introdujeran por primera vez en la Ley Federal Electoral, preceptos relacionados con el acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación , el uso equitativo de éstos por parte de los partidos, ha sido un debate permanente que ha desembocado en modificaciones legales, y gracias a ellas, la presencia de los partidos en los medios es más notoria y a continuación veremos el por qué.

En la Ley Federal Electoral de 1973 se señalaba que cada partido político disponía de diez minutos quincenales en radio y televisión. La ley de 1973 establecía de forma general que, una parte del tiempo que correspondía al Estado se asignaría a cada partido "en forma equitativa y mensual" -Artículo 49 de la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales- posteriormente en el Código Federal Electoral, se señalaba "un tiempo mensual

de quince minutos en cada uno de los medios de comunicación", esta disposición sería retomada en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE).

En el actual marco jurídico se especifica que: "Del tiempo total que le corresponde al Estado en las frecuencias de radio y en los canales de televisión, cada partido político disfrutará de quince minutos mensuales en cada uno de estos medios de comunicación y los partidos políticos tendrán derecho, además del tiempo regular mensual a que se refiere el párrafo anterior, a participar conjuntamente en un programa especial que establecerá y coordinará la Dirección ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, para ser transmitido por radio y televisión dos veces al mes".(Artículo 44 del COFIPE)

En el mismo COFIPE se establece que "En el proceso electoral en el que se elija Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, el tiempo total de transmisión para todos los partidos políticos será de 250 horas en radio y 200 en televisión.

En los procesos electorales en que sólo se elija a integrantes del Congreso de la Unión, el tiempo de transmisión en radio y televisión corresponderá al 50% de los totales previstos en el inciso anterior; y durante el tiempo de las campañas electorales, adicionalmente al tiempo a que se refiere el inciso a) anterior, se adquirirán, por conducto del Instituto federal Electoral para ponerlos a disposición de los partidos políticos y distribuirlos mensualmente, hasta 10,00 promocionales en radio y 400 en televisión con duración de 20 segundos. En ningún caso el costo total de los promocionales excederá el 20% del financiamiento público que corresponda a los partidos políticos para las campañas en año de elección presidencial y el

12 % cuando sólo se elija a integrantes del Congreso de la Unión" (Artículo 47, incisos a, b y c del COFIPE).

Con esta breve revisión puede apreciarse la evolución que se ha dado en la materia legislativa que regula el acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación. Dicha evolución ha sido benéfica para los partidos políticos, en la medida que han ampliado su acceso a los medios de comunicación.

Sin embargo, para la ciudadanía la existencia de los partidos políticos en los medios no ha redituado logros considerables. Por un lado, la equidad en el uso de los medios - particularmente el de la televisión- por parte de los partidos políticos, es tan sólo un ápice inseparable de cualquier régimen que aspire ser democrático.

Es cierto que los partidos políticos han mantenido un añejo debate en torno a este asunto, paradójicamente sólo en tiempos electorales el tema les parece más interesante o quizá estratégico. Recordemos que, ni los partidos ni el gobierno han podido hacer realidad sus proyectos de comunicación social, basta recordar que en 1994 en la Cámara de Diputados se integró una comisión especial para evaluar "el estado de la comunicación social" en nuestro país y, a finales del 96 ésta comisión concluyó que ni en el gobierno, ni en los partidos había voluntad para modernizar las leyes que rigen a los medios de comunicación.

Esta apatía de los partidos, corresponde sólo a su voluntad por reformar la legislación vigente en relación a los medios de comunicación. Ahora bien, dónde queda su compromiso para fomentar la participación ciudadana y la cultura política dentro de la misma, más allá de coyunturas electorales toda vez que, los partidos políticos tiene como una de sus



responsabilidades "desempeñar, en forma permanente, una función educativa que haga posible el desarrollo político de la sociedad"<sup>55</sup> y además: "diversos estudios han señalado que uno de los medios más eficientes para incentivar la participación política y paralelamente combatir la lacra social del analfabetismo político, fenómeno que compromete la voluntad política de los electores, consiste en que los partidos políticos desarrollen importantes programas de educación política tendientes a hacer de cada ciudadano un agente de democratización de la sociedad".<sup>56</sup>

¿Dónde están tales programas de educación política? Su ausencia se debe quizá, a la incomodidad que representaría para los partidos políticos, el contar con una sociedad politizada y por lo tanto exigente y fiscalizadora de sus actos, que les pidiera cuentas respecto al mandato popular que les transmitieron con su voto. No olvidemos que la información representa poder y el que la sociedad cuente con mayor información sobre los actos y medidas emprendidas por los partidos políticos y el gobierno, permite que se abra un cauce para que la sociedad en su conjunto se involucre de manera directa en los diversos asuntos de carácter político, y con ello, sea corresponsable en la toma de decisiones respecto a los principales temas de la política nacional.

Es claro que una de las principales vías para que los partidos políticos promovieran sus "programas de educación política", se encuentra en los medios de comunicación. Lamentablemente, tanto en la televisión como en otros medios, esta "responsabilidad" de los partidos políticos no ha sido materializada. Las pasadas elecciones del seis de julio,

---

<sup>55</sup> Patiño Camarena, Javier, Derecho Electoral Mexicano, Ed. Constitucionalista, México, 1996, p.87.

<sup>56</sup> Ibid. p.87.

representaron una muestra fiel del papel asumido por los candidatos a la jefatura del gobierno capitalino; a quienes les interesó el protagonismo y el "marketing político" reflejado en las presentaciones que tuvieron en la radio o en la televisión, para mostrarle al auditorio sus "cualidades", carisma , "el lado humano" de cada uno de ellos, y hasta para que conociéramos a los integrantes de sus familias y su inherente "preocupación por la política", aunque sus actividades se alejen de ésta.

Cuando los partidos políticos han rehusado utilizar a los medios y en concreto, a la televisión por ser el medio con mayor penetración, para instruir políticamente a la ciudadanía y crear un espacio de interlocución con ésta, y además, "promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de la representación nacional", que bien se puede hacer desde la pantalla chica o cualquier otro medio de comunicación, resultaría incongruente "el derecho al uso en forma permanente de los medios de comunicación social", que poseen los partidos, al igual que su permanente exigencia por conseguir mayores condiciones de equidad dentro de los medios. Y es que no debemos olvidar que: "Los medios, como bienes públicos concesionados, deben ser un instrumento fundamental para profundizar la democratización, propiciar la participación reflexiva de la ciudadanía y facilitar el control y la vigilancia que los electores deben tener sobre sus representantes".<sup>57</sup>

Más paradójico sería que los partidos políticos siguieran utilizando fuertes cantidades de dinero en gastos de propaganda por televisión, en un país preponderantemente pobre como

---

<sup>57</sup> Zamarripa, Roberto, "Democracia electrónica", en Reforma, México, 8 de septiembre de 1997, p.27.

el nuestro y en donde la población con sus contribuciones fiscales sustenta estas campañas. Un claro ejemplo de este excesivo gasto de los partidos en esta área, se desprende de las siguientes cifras: "Así, en este ejercicio, el PRI habría desembolsado 12 millones 564 mil pesos; el PAN, 11 millones 318 mil, mientras que el PRD habría dejado una cantidad similar, 11 millones 255 mil pesos. El PVEM también destinó considerables recursos: 6 millones 224 pesos; el PT invirtió en propaganda televisiva 4 millones 804 mil pesos".<sup>58</sup>

Este elevado empleo de recursos económicos nos lleva a preguntarnos: ¿Cuanto cuesta la democracia en México? En función de dinero hemos visto que su precio es alto, independientemente de que el IFE haya aclarado que las elecciones del seis de julio del 97, representaron el 60 por ciento de lo que costaron en el 94, puesto que las cantidades antes mencionadas fueron utilizadas únicamente para gastos de propaganda televisiva.

El costo político derivado de la nueva composición de la Cámara de Diputados y del arribo al escenario político del jefe del gobierno capitalino, electo por primera vez mediante el voto popular, todavía no lo podemos registrar, ya que ni la Cámara de Diputados, ni el nuevo jefe del gobierno electo del Distrito Federal han enfrentado retos relevantes. No obstante, el éxito o fracaso de ambos se puede vislumbrar: Si la Cámara de Diputados no puede ejercer un verdadero acto fiscalizador en cuanto al uso de recursos económicos por parte del Ejecutivo y si rehuye al control en el procedimiento legislativo y a la posibilidad de enjuiciar

---

<sup>58</sup> Las cifras fueron dadas a conocer por la Academia Mexicana de Derechos Humanos: "Observación en la contienda para jefe de gobierno. Gastos de campaña", en Perfil de La Jornada, México, 25 de julio de 1997.

políticamente a los servidores públicos que transgredan la ley, el costo político para el país será enorme y la transición democrática será cada vez más incierta.

Por su parte, Cuauhtémoc Cárdenas, tendrá que abatir los terribles índices de delincuencia, inseguridad, contaminación, corrupción que han predominado en las administraciones pasadas y que han convertido a esta ciudad en pandemónium; porque además, su intención de llegar a la Presidencia de la República, dependerá en gran medida de su gestión y de los resultados favorables que obtenga de la misma.

Calculable o no el costo de la democracia en México, tampoco se le puede atribuir a la televisión, la favorable afluencia de la ciudadanía hacia las urnas en las elecciones del 97, pues tan sólo participó el 57.87% de los mexicanos inscritos en la lista nominal de electores.<sup>59</sup> Obviamente, el vacío que falta cubrir en la asignatura de la participación ciudadana en los procesos electorales no recae únicamente en los medios, debido a que es una responsabilidad recíproca en donde también deben cumplir con su parte los partidos políticos, el gobierno, autoridades electorales y la propia ciudadanía.

En lo que corresponde a la televisión mexicana, no podemos constatar que haya sido un instrumento eficaz para promover la participación ciudadana. Con lo expuesto anteriormente, hemos visto que la pantalla televisiva ha sido un muro que, ha impedido el paso a un amplio y permanente análisis de la cotidiana realidad política, e incluso ha propiciado aversión hacia los asuntos de carácter político, dentro y fuera del país, sin que escapen por supuesto, las elecciones. Con razón, Francisco Báez Rodríguez ha escrito que: " La televisión ocupa el

---

<sup>59</sup> Peschard, Jacqueline, "Participación: forma es fondo", en Nexos, No.236, México, agosto de 1997.

banquillo de los acusado por dos razones estadísticas: los porcentajes de confianza en el prójimo y de participación cívica empezaron a bajar cuando se hizo adulta la primera generación criada con la TV y, sobre todo, que hay una muy fuerte correlación, según la cual las personas que ven mucha televisión tienden a no interesarse en participar en asuntos comunitarios, son más desconfiados respecto al prójimo e incluso tienden a abstenerse más en las elecciones".<sup>60</sup>

Así que, la televisión nacional no puede decir que se está democratizando, si ni siquiera puede actuar como un vínculo para propiciar la participación ciudadana en los asuntos políticos de mayor relevancia. Tampoco sería justo que asumiera como un logro personal la apertura que brindó a los partidos políticos durante sus campañas proselitistas, ya que sus pantallas no fueron cedidas gracias a la buena voluntad de los concesionarios, puesto que ellos recibieron ganancias económicas nada despreciables, y por lo tanto, no sería aventurado afirmar que el interés económico una vez más predominó, y se impuso al deseo de coadyuvar como medio de comunicación, en la transformación política, económica y social de México.

Además, durante las campañas electorales de julio del 97, e incluso el día de la jornada electoral, la televisión mexicana no pudo evitar insidias, ni ser imparcial, e incluso promovió ataques hacia algunos candidatos, como el que denunció el propio Cuauhtémoc Cárdenas en su contra: (...) "Hoy TV Azteca ha tomado el papel sucio de Televisa en 1988. Y no sólo

---

<sup>60</sup> Báez Rodríguez, Francisco, "Más tele, ¿menos civismo?" en *etcétera*, No.168, México, 18 de abril de 1996, p.8.

en el editorial, sino también en la cobertura noticiosa. Y ahí es donde el medio deja de cumplir su función.

Cuando no se dice que una noticia o un anuncio es pagado, cuando no queda muy claro si se está tomando una posición editorial o es una información de un hecho que sucedió. Pero fuera de eso veo cambios, no todos los que fueran deseables".<sup>61</sup>

Esta actitud asumida en diversos espacios de la pantalla chica fue en contra de los "lineamientos generables aplicables a los noticiarios de radio y televisión", respecto a la información vertida por los noticiarios sobre las campañas y candidatos durante el periodo electoral. Dichos lineamientos, son los siguientes: objetividad, calidad uniforme en el manejo de la información, derecho de aclaración, sección especial de las campañas políticas, manejo equitativo en los tiempos de transmisión, importancia de las noticias, responsabilidad de los partidos políticos y de los medios de comunicación electrónica, especificación de las informaciones noticiosas pagadas, respeto a la vida privada, difusión de los lineamientos y del monitoreo sobre su cumplimiento.<sup>62</sup>

También hay que decir, que no toda la televisión realizó un trabajo desmesurado o sesgado de la información, con relación a los candidatos y a las campañas electorales, sin embargo, en lo que fue el preámbulo de contienda electoral para elegir al jefe del gobierno capitalino, el fantasma de la manipulación y de la inequidad siguió deambulando en las pantallas

<sup>61</sup> Petrich, Blanche, "Cuauhtémoc Cárdenas: para que crezca la ciudad debe crecer el país", en Elecciones 97, suplemento especial de La Jornada, México, 27 de abril de 1997, p.3.

<sup>62</sup> Ricardo, Becerra, et al., La reforma electoral de 1996, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1997. p.122-

televisivas, tal como lo expresa la Academia Mexicana de Derechos Humanos en su informe que antes citamos: "Aunque se lograron avances respecto a 1994 más en tiempos que en calidad, la información de las campañas electorales a través de los medios -en este caso noticiarios de televisión- sigue estando sujeta a manipulaciones y es inequitativa en la medida que no respeta ni observa criterios de objetividad, veracidad y oportunidad previstos en el artículo 6 de la constitución y reiterados en los lineamientos expedidos para tal efecto por el Instituto Federal Electoral".

A pesar de la manipulación e inequidad que prohijó la televisión durante el proceso electoral del seis de julio del 97 y en otros periodos electorales, el debate entre partidos políticos y medios de comunicación ya no debe reducirse únicamente al acceso equitativo que merecen los partidos dentro de los medios, pues el problema se vuelve uniforme, sin mirar en otros asuntos de mayor importancia. ¿Cuáles son estos asuntos? Para el caso de la televisión, es imperioso exigirle que enfoque sus cámaras hacia los problemas políticos, económicos y sociales que diariamente enfrentamos, pero con un acercamiento real, crítico y además, que sea propositivo, y pueda servir para abatir éstos problemas, ya que le ha sido más fácil "denunciar" y vituperar que proponer o corregir.

Con el mundo político la televisión mantiene una antigua deuda: respeto hacia los principales actores políticos del país, tanto en su vida privada como en la profesional. Con ello quiero decir que, mientras se siga criticando al poder político desde una visión maniqueísta, prevaleciendo el ataque y el infundio hacia éste, por fobias personales, la televisión como medio de comunicación, no cumplirá con la función mediadora que le corresponden

establecer entre los actores la política nacional y la sociedad. Tampoco ayudará a fiscalizarlo y a exigirle cuentas desde una postura razonable, con argumentos o pruebas en la mano, ya que para algunos representantes de los medios, les ha sido más fácil disfrazar su aparente actitud crítica bajo calumnias o comentarios banales y eso es intolerable.

Por su parte, los partidos políticos tendrán que aprovechar su presencia en los medios para promover la participación ciudadana en los procesos electorales y para que la sociedad en su conjunto, se inmiscuya en los diversos asuntos y problemas que tienen que ver con el destino de nuestra nación.

También deberán utilizar las pantallas televisivas, para proponer soluciones a la compleja problemática política, económica y social que enfrenta nuestro país, dentro y fuera de los periodos electorales, porque de demagogia, discursos populistas y apologísticos que han proferido los partidos, estamos cansados y aturdidos. Y es que deben hacerlo, por respeto a la confianza que la ciudadanía les otorgó con su voto dentro de las urnas, y para que efectivamente, actúen como entidades de "interés público", y no se conviertan únicamente en usurpadores de la representación popular y por consiguiente, del mandato ciudadano.



### 3.3. ¿La otra televisión?

Cuando iniciamos el presente trabajo, quizá fue muy ambicioso y hasta generalizado, el nombrar "la democracia ausente en la televisión mexicana", para referirnos únicamente a los excesos, errores y omisiones que han estado presentes en el trabajo informativo de Televisa y TV Azteca, puesto que a lo largo y ancho del país existen otras emisoras.<sup>63</sup> Sin embargo, no es ocioso recordar que, la mayor cobertura nacional y el principal monopolio televisivo está en manos de ambas empresas, y por esa razón no creo que haya sido contradictorio hablar de "la democracia ausente en la televisión mexicana".

No obstante, los comentarios vertidos en este trabajo son extensivos para las demás empresas televisivas del país, debido a que no están exentas de abusos y tropiezos en su ejercicio periodístico, y finalmente, lo que se ha pretendido hacer desde este espacio, es instar a cualquier pantalla televisiva a actuar democráticamente.

Las líneas que a continuación siguen, no son más que una mínima reflexión, o mejor dicho, una exhortación para crear opciones televisivas distintas a las que hoy se disputan el mercado publicitario y el mayor número de adeptos, alejadas de cualquier "guerra" y que mejor hagan un frente común, para realizar un cambio en el tratamiento informativo y de análisis de la turbulenta realidad económica, política y social del país.

---

<sup>63</sup> Cfr. Respecto al número de emisoras de radio y TV, puede consultarse el artículo de Fadul Gutiérrez, Ligia María et. al.: "Radio y T.V. : ¿Cuántas emisoras?" en Nexos, no.232, México, abril de 1997, pp.91-92.

Para empezar hay que reconocer que en nuestro país desde hace un buen tiempo han estado operando algunas televisoras de una forma ejemplar, y se han constituido como un modelo a seguir.

Ejemplo de este trabajo, es el que han realizado el canal 40 y Multivisión. El primero, a pesar de haber surgido hace poco tiempo -en 1995- y de no contar con abundantes producciones, con algunas de sus series periodísticas, como por ejemplo: Zona Franca, Realidades o Preparen, Apunten ...Voten, han mostrado una manera distinta de hacer periodismo en la televisión. Su trabajo ha sido fruto de la investigación de sus colaboradores, la cual, trasciende la declaración oportunista y oficialista en la que incurren la mayoría de los medios. Además se ha acercado para discutir temas que antes eran considerados como tabúes. Su perfil invita a la reflexión y a la discusión de cada uno de sus temas, porque hay ideas de por medio y no simples especulaciones, o dogmas irreconciliables.

En suma, es una propuesta atractiva que se ha internado en caminos poco explorados por la restante competencia televisiva. No en balde la profesora Florence Toussaint ha escrito optimistamente acerca del trabajo efectuado por el canal 40: "No importa que se trate de una señal que se ve poco, debido a la banda en la que opera, y a una deficiencia en la potencia que hace que sea difícil captar canal 40 a menos que se cuente con suscripción al cable. La labor de la televisora es sobresaliente en ese sentido. Es una apertura ejercida con la cual años atrás apenas podía soñarse".<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> Toussaint, Florence, "Realidades en Canal 40", en Proceso, no.1072, México, 18 de mayo de 1997, p.62.

Multivisión por su parte, inauguró sus servicios en septiembre de 1989 y hasta la fecha cuenta con "alrededor de 500 mil suscriptores" en las plazas que opera.<sup>65</sup> Es obvio que su auditorio es reducido en comparación al de la televisión abierta -Televisa y TV Azteca- porque hay que cubrir una determinada cantidad para hacer uso de los servicios que la empresa ofrece.

La irrupción de Multivisión en el plano televisivo viene a romper con el monopolio ejercido por Cablevisión, en el ámbito de la televisión restringida. A esa peculiaridad hay que sumarle el acierto que ha tenido con la inclusión de programas que rebasan la muralla informativa, para llegar a los terrenos de la opinión, el análisis y el debate de distintos temas de interés público, particularmente, los de carácter político.

Uno de ellos, ha sido el de "En blanco y negro", conducido por Javier Solórzano y Carmen Aristegui, y que ha servido para abordar con detenimiento y profundidad, los avatares de la política nacional, pero también, para revisar sus éxitos y compartir sus fracasos bajo la óptica de la crítica mesurada, tanto de sus conductores, como de sus colaboradores.

Por añadidura, han conseguido reunir las más disímiles voces de este país, y de otros rincones del mundo. Este rasgo evidencia el tono plural y abierto de quienes hacen posible esa empresa periodística. Y así, en el estudio de "En blanco y negro" han estado presentes desde Carlos Monsiváis, hasta Porfirio Muñoz Ledo, teniendo intermedios candentes con Alvaro Vargas Llosa, Carlos Montaner y Plinio Apuleyo Mendoza -coautores del Manual del

---

<sup>65</sup> El dato fue proporcionado por Ignacio Rodríguez, vicepresidente de Televisión, de MVS Comunicaciones: "La otra televisión", en Media Comunicación, no.25, México, abril de 1997, p.28.

perfecto idiota Latinoamericano- sin dejar de lado las charlas de literatura, con autores como Pérez Reverte, Juan José Millás, o las excelentes opiniones de don Giovanni Sartori.

La lista puede seguir creciendo, aunque lo más importante no reside en contabilizar el número de invitados que han concurrido a este programa, sino sus aportaciones: comentarios perspicaces, sin atavios pero contundentes, con el fin de ampliar y entender la compleja realidad que vivimos día a día y que lamentablemente suele ser incomprensible, porque una de las fascinaciones irremediable de los medios, ha consistido en aturdir a sus lectores, radioescuchas o televidentes con la difusión cotidiana de numerosas notas periodísticas, que envuelven sucesos poco explicados.

Por estas razones, "En blanco y negro" es también una muestra de que "la otra televisión" no es solamente una frase publicitaria, ya que nos invita a imaginarnos y hasta proponernos la necesidad de proyectar tras las pantallas de la televisión mexicana, la política, la economía y los innumerables problemas sociales, bajo una visión crítica y verdaderamente examinadora. Eso sí, con respeto y acabando con los rasgos autoritarios que prevalecen todavía en ese medio de comunicación que, se ha distinguido a últimas fechas por denunciar sin probar, e "informar" sin explicar y por renunciar a la actitud fiscalizadora que debiera tener con el poder político, sin que esta función se confunda con la extorsión que muchas veces comete.

Aparte de "En blanco y negro", hay que destacar la labor realizada por el periodista Jorge Fernández Menéndez en su programa "Punto de partida" y el de Joaquín López Doriga con "Entrevistas", en donde la indagación y la acuciosidad sobresale en la labor periodística de

ambos, y que viene a sumarse al afán que ha mantenido MVS con la pluralidad de voces e ideas.

El camino que le falta recorrer a la televisión restringida y a la de señal abierta de cualquier manera es largo. La primera, quizá su mayor reto sea incrementar el número de suscriptores, y consolidar su proyecto de televisión directa(DTH). La segunda aún está inmersa en una guerra por ganar adeptos sin proponer nada a cambio.

De cualquier forma, el reto para la televisión mexicana en su conjunto, será sustituir el avasallador modelo tendiente a vender sueños y entretenimiento. Tendrá que alejarse de la uniformidad de criterios y de ideas, del culto a la banalidad y hasta el clasismo. En suma, es hora de que la televisión reconozca que la sociedad es pensante y que espera de los medios explicaciones y juicios que puedan traducir la inefable realidad política, económica y social que diariamente tenemos enfrente, y con ello construir otra televisión.

Al hacerlo, estará cumpliendo con su papel que le corresponde como medio de comunicación y como elemento inseparable de la que hoy llamamos y adoptamos como una realidad: la transición democrática. De lo contrario, en ningún momento se equivocó Vargas Llosa cuando pensó que "el periodismo no es una vocación, sino una frustración".

## Conclusiones

Mientras la programación de la televisión mexicana sea preponderantemente de entretenimiento y prevalezcan los programas de nota roja o sensacionalista, la oferta de la televisión conducirá a la uniformidad de criterios y de temas, sin darle la oportunidad al televidente de conocer otra serie de programas.

De continuar con esta clase de programación, los problemas de carácter político, económico y social, serán desplazados, permitiendo con ello, que amplios grupos de la sociedad dejen de inmiscuirse en estos asuntos, promoviendo incluso, una tendencia despolitizadora.

Es necesario que aparte de los noticieros, aparezcan programas de opinión e investigación, destinados a debatir y analizar los distintos asuntos políticos, económicos y sociales, de manera que, la opinión pública pueda tener un panorama más amplio de dichos temas y la posibilidad de involucrarse dentro de los mismos. De esta forma, la televisión cumpliría con su papel como medio de comunicación, al orientar a la opinión pública y al esparcir conocimientos de diversa índole.

Gracias a la reforma política del año de 1997, se agregó al artículo sexto constitucional el siguiente precepto: "el derecho a la información será garantizado por el Estado". Sin embargo, no se ha podido definir claramente las condiciones en que se podía ejercer éste derecho. Por lo tanto es necesario reglamentar el artículo antes señalado, para aclarar por

ejemplo: a qué clase de información se refiere y quiénes tendrían acceso a ésta y cuáles serían los términos para acceder a ella.

Ahora bien, para evitar excesos y la propagación de calumnias o de comentarios infundados, dentro del ejercicio periodístico realizado a través de la televisión -y de los medios de comunicación en general-, podrían realizarse reformas legales dentro de la Constitución o bien, crear una ley secundaria que reglamente los aspectos señalados en el artículo sexto constitucional.

En caso de realizarse estas modificaciones legales, sería importante incluir el precepto de la "libertad de información", junto con sus respectivos bienes jurídicos: derecho a recibir información, derecho a difundir información, derecho a acceso a documentos en poder de entidades públicas, secreto profesional de los periodistas, y la cláusula de conciencia.

Otros elementos que pueden contemplarse para atemperar los abusos que pudiera cometer la televisión y para responsabilizarla ante la sociedad, son: el autocontrol de la información, realizado a través de consejos de prensa; junto con la expedición de un código de ética que regule la labor informativa de los periodistas que trabajan para la pantalla chica, o bien, mediante la conformación de un órgano constitucional autónomo que pueda vigilar el trabajo periodístico de las televisoras.

Por otra parte, el otorgamiento de concesiones ya no tiene que hacerse de forma discrecional, para ello es necesario que las concesiones de televisión y de radio, sean otorgadas por un órgano plural: integrado por empresarios, representantes del gobierno,

académicos y periodistas, para que la decisión no recaiga únicamente en el Ejecutivo y se creen intereses mezquinos entre el gobierno y los medios de comunicación.

Para que la televisión forme parte de la anunciada transición democrática por la que estamos atravesando, es hora de que permita el paso de ideas, propuestas y análisis, respecto a los distintos asuntos de interés nacional. Ha llegado también el momento de que examine al sistema político mexicano y sus principales actores con seriedad y honestidad, apartada de cualquier chantaje, tratando de fomentar una cultura política comprometida con la sociedad.

Pensar en la consolidación de una auténtica cultura política en la televisión, no es menester exclusivo de quienes trabajan para la pantalla chica. En este aspecto, los partidos políticos tienen una gran participación, porque los espacios que poseen en los medios de comunicación, no deberían ser contemplados únicamente para la exposición de sus programas políticos o de las actividades que realizan comúnmente. Por el contrario, tienen la responsabilidad de aprovechar el tiempo en los medios electrónicos, para fomentar un constante debate que gire alrededor del rumbo político, económico y social que más le convenga tomar al país pero también, para intentar que cada ciudadano pueda convertirse en un agente de transformación social, mediante una adecuada orientación política.

Por eso, el acceso de los partidos políticos a la televisión no tendrá que reducirse a la llana exposición de sus principios ideológicos, programas de acción y plataformas electorales. Deberán asumir la responsabilidad de desempeñar una función educativa que haga posible



el desarrollo de la sociedad, y que a la vez, promueva la participación ciudadana en los procesos electorales y en los distintos ámbitos de la política nacional.

Es tiempo, pues, de mirar a los medios y en particular a la televisión, de una forma crítica y no solamente venerativa. Si la pantalla chica quiere contribuir en la transformación política, económica y social del país, debe reconocer sus rasgos antidemocráticos que durante largos años ha reflejado en sus pantallas, pero sobre todo debe eliminarlos.

Ya no es tolerable la desinformación, no lo es tampoco la tragedia humana y la vida privada presentada como un espectáculo. Los operadores de la televisión mexicana deben tener presente que la repetición de notas periodísticas durante todo el día, no es precisamente un vínculo de orientación. La sociedad civil es cada vez más crítica y por lo tanto, no se conforma con escuchar un caudal de noticias.

La pantalla chica tiene enfrente un dilema: tomar la decisión de convertirse en un espacio de interlocución y de fiscalización del poder político, pero bajo normas éticas y con respeto a la ley o seguir vituperando a la clase política y hasta denunciarla sin prueba alguna, y arriesgarse con ello, al desprestigio y al hermetismo de los actores políticos.

Si la televisión mexicana quiere ganar adeptos, no es necesario seguir librando e imponiendo batallas publicitarias. Simplemente tiene que realizar un viraje en su empeinado esquema televisivo y apostar por su democratización interna, pues si los medios son piezas indiscutibles de una transición democrática, paradójico sería que no se sumaran a ésta. De no hacerlo, la televisión difícilmente podrá superar la concepción que ella misma se ha forjado, más allá de sus críticos: el concepto de una caja enajenante, encerrada en la

banalidad y dispuesta a marginar la realidad política, económica y social que día a día vive nuestro país.

## Bibliografía

- 1.- Aguilar Camín, Héctor, Subversiones silenciosas, Ed. Aguilar, México, 1993.
- 2.- Aguilar Zínser, Adolfo, ¡Vamos a ganar! Ed. Océano, México, 1995.
- 3.- Becerra, Ricardo, et. al., La reforma electoral de 1996, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1996.
- 4.- Calderón Alzati, Enrique y Cazés, Daniel (coordinadores) Las elecciones presidenciales de 1994, Ed. La Jornada Ediciones-Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades /UNAM, México, 1996.
- 5.- Cremoux, Raúl, La legislación mexicana en radio y televisión, Ed. UAM, México, 1982.
- 6.- Covi Druetta, Delia María, Televisión y neoliberalismo. Su articulación en el caso mexicano, UNAM, FCPYS, México, tesis de doctorado, 1995.
- 7.- EZLN. Documentos y comunicados, Ed. Era, México, 1994.
- 8.- González, Ana María, Entre mass media te veas, Ed. Conaculta, México, 1994.
- 9.- Krauze, Enrique, Textos heréticos, Ed. Grijalbo, México, 1992.
- 10.- Patiño Camarena, Javier, Derecho Electoral Mexicano, Ed. Constitucionalista, México, 1996.
- 11.- Paz, Octavio, Itinerario, Ed. Fondo de Cultura económica, México, 1993.

- 12.- Sartori, Giovanni, Ingeniería constitucional comparada, Ed.Fondo de Cultura Económica, México,1996.
- 13.- Scherer García, Julio, Estos años, Ed. Grijalbo, México, 1995.
- 14.- Schumpeter, Joseph, Capitalism, Socialism and democracy, Ed. Harper, Nueva York, 1975.
- 15.-Toussaint Alcaraz, Florence (coordinadora) ¿Televisión pública en México? Ed. Conaculta, México, 1993.
- 16.-Toussaint Alcaraz, Florence, (coordinadora) Democracia y medios de comunicación: Un binomio inexplorado, Ed. La Jornada Ediciones-Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades/UNAM, México, 1995.
- 17.- Toussaint Alcaraz, Florence, La industria televisiva en México en su vínculo con las corporaciones de medios de Estados Unidos, UNAM, FCPYS, México, tesis de doctorado.
- 18.-Trejo Delarbre, Raúl, (compilador) Televisa el quinto poder, Ed. Claves Latinoamericanas, México, 1985.
- 19.- Trejo Delarbre, Raúl, Chiapas. La comunicación enmascarada, Ed. Diana, México, 1994.
- 20.- Trejo Delarbre, Raúl, Volver a los medios. De la crítica a la ética, Ed. Cal y arena, México, 1997.
- 21.- Villanueva, Ernesto, Régimen constitucional de las libertades de expresión e información en los países del mundo, Ed. Fragua, España, 1997.

22.- Villanueva, Ernesto, (coordinador) Comunicación, Derecho y Sociedad, Ed. Media Comunicación, México, 1997.

23.- Zaid, Gabriel, De los libros al poder, Ed. Grijalbo, México, 1994.

## Hemerografía

1.- Academia Mexicana de Derechos Humanos, A.C., "El gasto de las campañas en la televisión mexicana" (canal 2 de Televisa y canal 13 de televisión Azteca) Mimeo, México, 11 al 17 de julio de 1994.

2.- Academia Mexicana de Derechos Humanos, "Observación en la contienda para jefe de gobierno. Gastos de campaña", La Jornada, México, 25 de julio de 1997.

3.- Albarrán de Alba, Gerardo, "Hechos de Televisión Azteca, no se quedó atrás: otorga lugar de privilegio a la campaña priísta", Proceso, no.922, México, 4 de julio de 1994.

4.- Báez Rodríguez, Francisco, "Más tele, ¿menos civismo?" etcétera, no.168, México, 18 de abril de 1996.

5.- Brunner, José Joaquín y Catalán, Carlos, "Televisión, mercado y orden moral de la sociedad", etcétera, no.147, México, 23 de noviembre de 1995.

6.- Castells, Manuel, "La democracia electrónica", ponencia presentada en el Seminario Internacional sobre Democracia Postliberal, Fundación Sistema Madrid, 14-15 de diciembre de 1995, mimeo.

- 7.- Corro, Salvador, "Azcárraga a pantalla: dice que como rico también llora, y se erige como paladín de los jodidos", Proceso, no.850, México, 15 de febrero de 1993.
- 8.- Fadul Gutiérrez, Ligia María, et. al., "Radio y TV: ¿cuántas emisoras?" Nexos, no.232, México, abril de 1997.
- 9.- García Hernández, Arturo, "Azcárraga tejió muchas historias de poder y dinero con Televisa", La Jornada, México, 6 de marzo de 1997.
- 10.- González Compeán, Miguel, "El discurso y la realidad en la transición mexicana: un choque de mitos", Nexos, no.235, México, julio de 1997.
- 11.- "La otra televisión", Media Comunicación, no.25, México, abril de 1997.
- 12.- Orozco Gómez, Guillermo, "Impunidades informativas del poder televisivo", Revista Mexicana de Comunicación, no.41, México, agosto-octubre de 1995.
- 13.- Ortiz Pinchetti, José Agustín, "La comunicación como proyectil", La Jornada, México, 8 de octubre de 1995.
- 14.- Paquali, Antonio, "Reinventar nuestra televisión", etcétera, no.168, México, 18 de abril de 1996.
- 15.- Paz, Octavio, "La selva Lacandona", Vuelta, no.231, México, febrero de 1996.
- 16.- Pererira Porto, Mauro, "Los medios y la legitimidad de la democracia. La crisis de confianza en la política y sus instituciones", etcétera, no.235, México, 31 de julio de 1997.
- 17.- Peschard, Jacqueline, "Participación: forma es fondo", Nexos, no.236, México, agosto de 1997.

- 18.- Petrich, Blanche, "Cuauhtémoc Cárdenas: para que crezca la ciudad debe crecer el país", La Jornada, México, 27 de abril de 1997.
- 19.- Popper R., Karl, "Licencia para hacer televisión", Nexos, no.220, México, abril de 1996.
- 20.- Rubio, Luis, "Información, ciudadanía y política pública", Nexos, no.230, México, febrero de 1997.
- 21.- Toussaint, Florence, "Realidades en el canal 40", Proceso, no.1072, México, 18 de mayo de 1997.
- 22.- Velázquez, Raúl, "De listas negras y guerras jurídicas", Revista Mexicana de Comunicación, no.44, México, mayo-julio de 1996.
- 23.- Villanueva, Ernesto, "Para una nueva legislación de medios", Revista Mexicana de Comunicación, no.41, México, mayo-julio de 1996.
- 24.- Villanueva, Ernesto, "La prensa ante su espejo", etcétera, no.184, México, 7 de octubre de 1995.
- 25.- Woldenberg, José, "Periodismo totalitario", La Jornada, México, 7 de octubre de 1995.
- 26.- Zamarripa, Roberto, "Democracia electrónica", Reforma, México, 8 de septiembre de 1997.
- 27.- Zapata Linares, Luis, "Transición y Televisa", La Jornada, México, 19 de marzo de 1997.

## **Legislación.**

- 1.- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Ed. Porrúa, México, 1997.
  
- 2.- Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), Ed. Porrúa, México, 1997.
  
- 3.- Ley Federal de Radio y Televisión, Ed. Porrúa, México, 1960.

## **Otros textos consultados.**

Concha Malo, Miguel, "La ética del periodista: su responsabilidad social". Texto presentado en el primer simposio de la Asociación Mexicana de Mujeres periodistas (AMMPE), efectuado los días 7 y 8 de diciembre de 1992, en la ciudad de México.