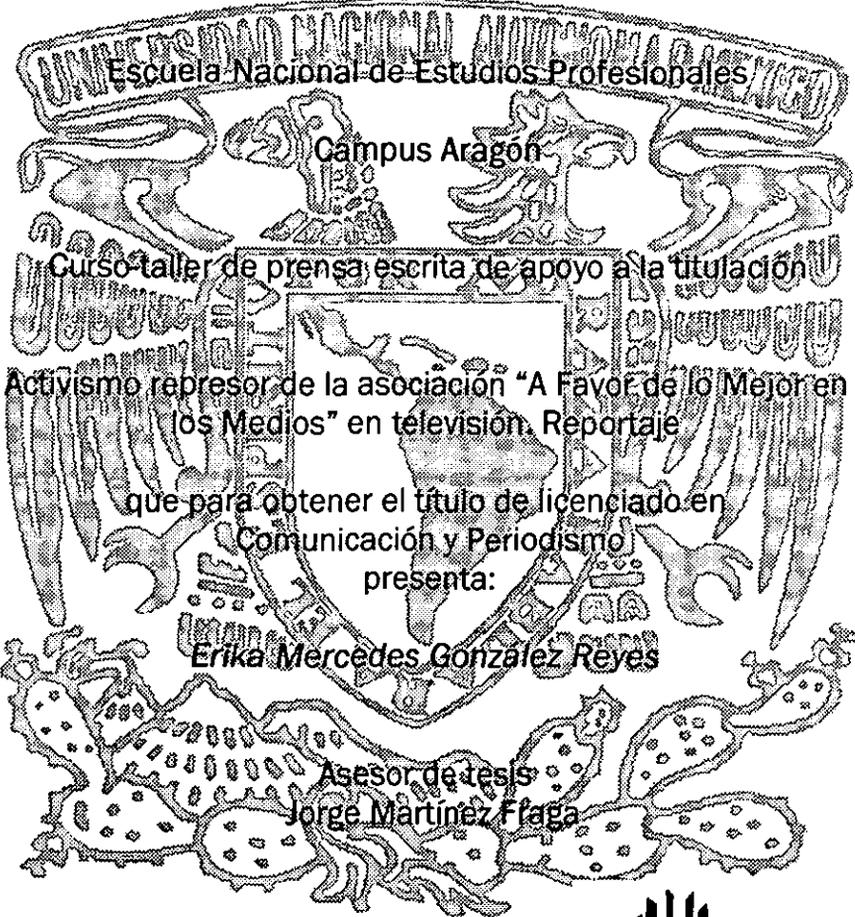


43

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO

2908000



Escuela Nacional de Estudios Profesionales

Campus Aragón

Curso-taller de prensa escrita de apoyo a la titulación

Activismo represor de la asociación "A Favor de lo Mejor en los Medios" en televisión. Reportaje

que para obtener el título de licenciado en  
Comunicación y Periodismo  
presenta:

Erika Mercedes González Reyes

Asesor de tesis  
Jorge Martínez Ffaga



México, D. F., febrero 2001



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 esta 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.

*Gracias a Dios*

*Por permitirme seguir viva  
cada día y darme una gran  
familia...*

*A ti mamá*

*Por tus sacrificios y tus  
noches de desvelo...*

*A ti papá*

*Por esa lucha diaria por  
sacarnos adelante...*

*A ti mamá, a ti papá*

*Por haberme dado la vida y  
ser mi ejemplo en todo  
momento...*

*A mis hermanas*

*Porque son mi aliciente  
para superar mis errores y  
porque las quiero mucho...*

*A ti Jair*

*Por todos los años de  
aprendizaje juntos...  
Te amo.*

*Ati Ignacio*

*Por enseñarme que la  
responsabilidad es la  
primera obligación del  
individuo y que la lealtad es  
una virtud que no se puede  
perder y que debe ser  
compartida...  
Te quiero mucho...*

## Índice

Introducción	1
<b>Violencia en televisión: ¿realidad o ficción?</b>	<b>4</b>
Los contenidos violentos en televisión vistos por especialistas	5
De los dichos a los hechos: marco legal	14
Compromiso social y “rating”	21
<b>La resurrección de la Santa Inquisición “A Favor de lo Mejor en los Medios”, elegida para “velar” por los receptores</b>	<b>30</b>
La cooptación de simpatizantes para culpar a la televisión de atentar contra las “buenas costumbres”	32
Estrategias de campaña para satanizar los programas y anuncios televisivos	32
Poderoso caballero es Don Dinero: en busca del patrocinio comercial	39
<b>La televisión, anfitriona de la violencia y la “inmoralidad”: Primer Congreso Internacional “A Favor de lo Mejor en los Medios”</b>	<b>43</b>
El “enemigo” en casa	43
Los programas “transgresores” de la conducta moral y social, según “A Favor de lo Mejor”... los “talk shows”	49

<b>En busca del consenso de la sociedad mexicana hacia una televisión “decente” o cómo buscar el cambio y el riesgo de quedarse en el intento</b>	<b>66</b>
Los nueve mandamientos de “A Favor de lo Mejor...”	66
“El receptor como filtro y no como esponja de los contenidos televisivos”	67
Y los especialistas del país hablan... Primera Asamblea Nacional	73
De “círculo vicioso” a “círculo virtuoso”, la intención de crear una “nueva sociedad”	78
A manera de conclusión	86
Fuentes de consulta	91

## INTRODUCCIÓN

Aunque diversos especialistas reconocen la importancia de la televisión, también resaltan que pese a que la violencia es parte de nuestra vida cotidiana, hay sectores vulnerables como los niños y los jóvenes que pueden manifestar una conducta violenta en ciertas circunstancias de su vida.

La realidad es que este tipo de contenidos disminuye la sensibilidad a hechos violentos, debido a que los publicistas y productores televisivos enfocan sus anuncios y programas con fines ideológicos y comerciales específicos a los sectores más débiles del público.

Una exposición cotidiana de la violencia contribuye a formar una conducta agresiva en los niños y que puede llegar a ser causa de desintegración familiar, crisis económica y controlar algunas partes de la vida del individuo.

En este aspecto, los padres de familia son quienes deben acompañar y asesorar a los menores cuando éstos se encuentren frente al aparato televisor y vean programas con contenidos “bárbaros” o del “nuevo circo romano”.

Sin embargo, la televisión no es la única culpable de la violencia, toda vez que la crisis económica y los problemas sociales también repercuten en este tipo de conductas.

Pese a las críticas negativas hacia la televisión, ésta también puede ser aprovechada. En lugar de aislar, como aseguran algunos especialistas, este medio une al individuo con sus semejantes, debido a que fomenta el diálogo y la discusión positiva de los programas en los que coinciden, además de que es un instrumento de educación al interior de la familia.

En la parte que tiene que ver con la cuestión legislativa, diputados y senadores aseguran que a pesar de que existen iniciativas de reformas a las leyes que rigen los medios de comunicación y sus contenidos, la sola aplicación de la ley sería una herramienta eficaz para el control de estos contenidos.

Quienes se encargan de legislar y vigilar las normas "emanadas" de la propia sociedad, exponen que los medios también pueden servir para educar a los receptores, aunque éstos sean objeto de una guerra entre las televisoras por ganar rating.

Con base en estas premisas, a fines de 1996 surgió A Favor de lo Mejor que tomó como bandera la defensa de los valores de la familia, el rechazo a contenidos violentos y de sexo en la televisión. Esta iniciativa fue apoyada por diversos sectores de la sociedad que respaldan el trabajo de la Asociación, ya sea con apoyo moral o económico.

Con el mediano apoyo con el que entonces comenzó, A Favor de lo Mejor realizó en 1999 su Primer Congreso Internacional, en el que se dieron cita representantes del sector empresarial, religioso, académico y social de diversos estados del país para escuchar las opiniones de especialistas nacionales e internacionales en la materia.

En ese evento se hizo patente la necesidad de una autorregulación de los medios de comunicación en cuanto a sus contenidos, de concientizar a los anunciantes de la importancia de su labor y de su influencia en los receptores, pero además enfatizó el hecho de que es la propia sociedad quien debe exigir mejores contenidos en los medios y que los programas que no cumplan con sus exigencias, sean retirados del aire.

Estas acciones de A Favor de lo Mejor de promover el retiro del aire programas que atentan contra las "buenas costumbres y la moral" de los mexicanos como los denominados *talk shows*, se han visto reforzadas por los propios medios, quienes con la intención de exponer la problemática, dan mayor auge a la controversia de la transmisión de dichos programas.

En este contexto, la Asociación se mueve entre los sectores mejor posicionados, tanto en el mundo social como en el económico de nuestro país, lo que le representa un apoyo moral de respaldo, además del económico.

En este sentido, la recopilación de información tuvo que ser cuidadosa entre los integrantes de la Asociación, como patrocinadores, anunciantes, representantes sociales y religioso, así como del propio comité directivo de A Favor de lo Mejor, toda vez que la idea nunca fue debatir con estos grupos la trascendencia de su labor, sino dar al lector un contexto en el que dicha Asociación se mueve y que llegue a sus propias conclusiones.

El tipo de temáticas a las que se refiere A Favor de lo Mejor como transgresores de la conducta de la sociedad son asuntos que se seguirán abordando en general en los medios de comunicación. Ante ello, el presente trabajo servirá como referencia o antecedente para trabajos posteriores, toda vez que el activismo de la Asociación aún tiene amplio margen de acción en la perspectiva actual de los medios.

## Violencia en televisión: ¿realidad o ficción?

*“La oscuridad de la violencia seguirá en el alma de los hombres que no aprenden a convivir con los propios hombres y pretenden suplantar la razón con el golpe del puño”.*

*Miguel de Unamuno*

Un numeroso grupo de personas forma un círculo para presenciar la pelea entre dos hombres; uno sangra copiosamente de la cabeza; el otro da puñetazos, patadas, golpea sin piedad a su oponente. Los testigos del enfrentamiento aplauden a cada impacto; el ambiente es eufórico, todos gritan extasiados por el espectáculo.

Por otro lado, un grupo de jóvenes arremete contra un individuo que yace en el suelo y que en forma fetal pide compasión y no más golpes. La multitud enardecida quiere acabar con el sujeto que momentos antes, junto con sus compañeros, pretendió someter al grupo de muchachos. Son estudiantes y golpean a un elemento de vigilancia que sólo cumplía con las órdenes superiores de recuperar las instalaciones escolares.

El primer caso es muy común en las escenas de televisión; el segundo también es frecuente en las escenas televisivas, la diferencia es que ésta última es parte de la vida real.

Especialistas del entorno social mexicano opinan que el grado de violencia al que se ha llegado es producto de lo que se ve en la televisión, tanto en comerciales como en programas que se jactan de informar sucesos de la vida diaria.

El exceso de violencia, el sexo, el libertinaje en muchos de estos anuncios y programas son cuestiones no aprobadas por la generalidad de los espectadores, por temor a que esos antivalores modifiquen la conducta social.

Quienes están en contra de estas temáticas en la televisión argumentan que las telenovelas, por ejemplo, están destruyendo la familia y el tejido social con repetidas situaciones en las que el sexo es un mero juguete sin consecuencias y el núcleo familiar pasa a segundo plano.

Gran parte de la programación televisiva presenta con santo y seña la crónica de los sucesos en los que la sangre se derrama en medio de estallidos producto de un enfrentamiento armado entre policías y bandidos.

Otros espacios que se autoproclaman "sociales" exhiben casos que se basan en el "análisis" de situaciones personales y familiares, con el fin de ayudar a mejorar esas relaciones y lo que hacen es evidenciar las deficiencias que en el núcleo familiar existen y afianzar aún más la problemática.

Los programas televisivos no sólo afectan a los espectadores infantiles, que por "carecer de madurez cognoscitiva" no pueden diferenciar lo educativo del espectáculo. No obstante, los adultos también pueden ser influenciados si no se tiene una educación mínima para reconocer la realidad y el espectáculo que de ella se hace.

#### **Los contenidos violentos en televisión, vistos por especialistas**

Diversos sectores de la sociedad en todo el país han manifestado ya su descontento por los contenidos de los programas de televisión. Legisladores locales y federales han presentado iniciativas para reformar los contenidos de las leyes que regulan los contenidos de los programas televisivos, los cuales se han convertido en una grotesca exhibición de un país enajenado por la violencia extrema y la barbarie. Asimismo, han opinado que las empresas televisoras que gozan de concesiones públicas deben contribuir al bien común.

El sector religioso ha manifestado que el hecho de que se haya retirado de la programación las series con contenido violento y noticieros policíacos representa una medida mínima en comparación con el gran número de programas que aún están al aire.

Especificaron que lo que se requiere en las televisoras es talento, creatividad e ingenio, además de un compromiso con las mejores causas y la promoción de los "auténticos valores". Abundaron que no se trata de convertir a la televisión en una "aburrida sesión moralizante", pero que tampoco se puede seguir haciendo de ella el detonante de la decadencia social.

La violencia, aunque no lo queramos, ya es parte de nuestras vidas y pese a lo "civilizados" que pretendemos ser, cada día, para el deterioro de los mejores sentimientos humanos, aumentan las dantescas escenas de crímenes, violaciones, asesinatos, guerras y matanzas que hieren la sensibilidad humana, como para no olvidarnos de esa brutal realidad.

En las palabras del periodista **Jorge Meléndez**, "la televisión está haciendo una mala forma de enfocar los acontecimientos por un medio que no ha sabido formar buenos receptores, sino consumidores de lo terrible, de lo miserable. "Hay quienes arguyen que la observación de hechos violentos figurativos no sólo no lleva a los espectadores a comportarse violentamente en la vida real, sino que por el contrario, puede ejercer efectos saludables poniendo en marcha un mecanismo que purga al espectador de sus impulsos agresivos".

"Sin embargo, podría decirse que la violencia escenificada no resulta tan inocua, ni menos aún beneficiosa como algunos sectores sustentan. El efecto fijador de la violencia visualizada es un punto de interés dentro del enfoque subcultural, ya que uno de los mecanismos de la transmisión subcultural de actitudes y valores es, indudablemente, el de la observación directa de la conducta".

Meléndez agrega que "sobre la base biológica de la violencia y la agresividad se han formulado dos principales hipótesis: la primera juzga que estas expresiones de la conducta son un instinto innato; la segunda, mira la agresividad como una reacción adquirida que no cuenta con una base biológica preexistente. Sin embargo, en el caso de la primera postura, nunca se ha podido demostrar satisfactoriamente la tesis del instinto de agresividad innato.

"Diversos especialistas sostienen que aunque la potencialidad agresiva sea característica de todo ser viviente, su actualización se moldea a la experiencia. Esta mentalidad no niega que haya diferenciaciones individuales en la conformidad a la experiencia ni que varíe la susceptibilidad del individuo a los procesos de aprendizaje de la violencia".

Y añade: "el progreso de los medios de comunicación y sistemas de transporte, así como la tecnología y los recursos médicos, pueden resultar un factor de gran peso en la reducción del número de homicidios, aumentando por otra parte, el número de formas de agresión criminal legalmente tipificadas".

La catedrática **Avelina Vega**, doctora en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, reconoce que la televisión se ha convertido en el medio más influyente en el desarrollo social de los infantes de fin de siglo.

En su participación en el ciclo de conferencias del Foro Hispanoamericano de Televisión para Niños, realizado en la Universidad

Anáhuac del Sur a finales de septiembre de 1995, la también profesora de la Facultad de Ciencias de la Información de esa casa de estudios dice que es preocupante que la televisión "emita gran cantidad de violencia, tanto real como ficticia, que los niños ven y por aprendizaje observacional, son capaces de imitar, quizá no de manera inmediata, pero sí cuando se presenta una motivación".

Cuando hablamos de violencia en televisión debemos tener presente dos aspectos importantes: "violencia real" como un reflejo del medio social que se difunde a través de noticieros y reportajes de noticias y "violencia ficticia o representada" que es la que con mayor frecuencia llega al público a través de casi toda la programación.

En su libro "La Tv venezolana y la formación de estereotipos en el niño", **Eduardo Santoro** señala que los contenidos "violentos" son "escenas que impliquen la destrucción, lesiones o daño tanto físico como psicológico a personas, animales o cosas o que muestren aspectos delictivos".

Indica que la concepción de representación de la violencia parte de una idea en movimiento. "La acción de los intérpretes, los movimientos de la cámara, el ritmo de montaje y el desarrollo argumental constituyen cuatro poderosos medios, que pueden ser empleados de tal modo en una escena, que quizás nos pareciera ficticia en la vida real, llegue a adquirir en TV una desproporcionada fuerza de impacto, hasta el punto de que, en mayor o menor grado, se pueda tomar por real lo ficticio". Sostiene que el hecho de ver televisión a una edad temprana, está asociado con menor autocontrol y más conductas agresivas en una edad más tardía.

De acuerdo con **Carmen Pérez de León**, residente de posgrado de Pediatría y Puericultura del Hospital Militar "Doctor Carlos Arevelo", de Venezuela, la televisión presenta estímulos audiovisuales que son más efectivos que los visuales y auditivos por sí solos. Además, abunda, se impone sobre los otros medios de comunicación por penetrar en el hogar, en la vida diaria y formar parte del cúmulo de hábitos de cualquier hombre de nuestra época.

En un informe, la especialista se enfoca esencialmente a la influencia de la televisión en el sector infantil, como una fuente efectiva para la creación y formación de actitudes, toda vez que –sostiene– desde temprana edad los infantes son sometidos a la influencia de este medio sin poseer otro tipo de información.

Señala que la observación de la realidad adquiere un significado especialmente agudo en los menores de edad, quienes en la etapa de los dos y seis años de edad adquieren los sentimientos preferenciales hacia la madre, padre, familiares y otras personas significativas, proceso mediante el cual –dice– el niño adquiere habilidades y formas de comportarse en la sociedad. En tanto, destaca que es a partir de los cuatro o cinco años cuando el infante establece los hábitos permanentes y las características emocionales, donde la imitación y la identificación juegan un papel decisivo. “Entendemos por identificación la adopción de pautas de conducta y actitudes de sus padres y otras personas significativas para el niño: maestros, familiares o bien algún personaje de la televisión. Esto ocurre en forma inconsciente, en tanto que la imitación es consciente”, explica.

Pérez de León cuestiona la necesidad de los niños de ver televisión y afirma que los infantes recurren a este aparato como una forma de satisfacer sus necesidades de distracción, reducir las tensiones y como medio para obtener información.

Además de las motivaciones personales, sostiene que el niño ve televisión “porque le es impuesta por el medio. Le es ofrecida en el ambiente del hogar y se le refuerza la conducta de contemplación por los padres. En muchos casos constituye la única compañía del niño y a veces se convierte en una especie de niñera”.

En cuanto al tiempo que los niños dedican a ver televisión, la pediatra resalta que varía en función de la edad, sexo, clase social y a la relación con el tiempo dedicado por los padres, pero que en general, los menores pasan más tiempo frente a la tele, pues al mismo tiempo que ven sus series favoritas hacen la tarea, comen o cenan.

Respecto a si la violencia en televisión genera agresión o más violencia, Carmen Pérez de León se basa en el libro de Alberto Bandura, denominado “Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad”, para afirmar que los niños pueden aprender conductas agresivas a través de la observación de modelos simbólicos presentados en la pantalla de televisión y que los menores de edad que ven contenidos de corte violento se vuelven más apáticos a la violencia real.

En su revisión sobre los efectos psicológicos de la violencia en los medios, Carmen Pérez identifica cuatro aspectos importantes: Primero, que gran proporción de las conductas agresivas son aprendidas por observación y retenidas por largos períodos de tiempo. No obstante, considera que los

niños también pueden aprender de la televisión muchos valores sociales, como la cooperación y ser amables con los demás.

Resalta que la televisión es un medio que influye en los intereses y motivaciones hacia objetos comerciales o la formación integral del niño y que como resultado de la repetición de violencia en los medios de comunicación hay un decremento en la sensibilidad emocional del menor ante ella, “pero a la vez aumenta la capacidad de ser violento o agresivo con otros al momento de jugar o en respuesta a situaciones conflictivas”.

Asimismo, destaca que la observación de escenas de dolor, horror y sufrimiento pueden ser descargados en forma continua durante o después de la observación de programas de contenido violento, y finalmente, añade que la televisión ofrece modelos simbólicos que pueden ser imitados y transformados en conductas positivas o negativas.

**El Centro de Estudio de la Unión Nacional de Padres de Familia (UNPF)** ubica varios elementos primordiales de influencia televisiva en los hogares mexicanos, entre los que menciona los comportamientos de etiqueta, moda, urbanidad, prototipos sociales, relación padres-hijos, decoración de la casa, así como la explotación de la violencia, de los sentimientos y del sexo.

En el documento titulado “Escuela de Padres”, la organización indica que la explotación de las pasiones, los sentimientos, la violencia y el sexo con fines consumistas, así como los mensajes subliminales y repetitivos, afectan las conductas y la cultura familiar y por ende, la social.

Sostiene que el uso de buena parte de la información se dirige a los puntos débiles de la personalidad adolescente con fines ideológicos y comerciales, además de que las fuertes dosis de influencia de la pantalla chica a que se expone a los niños disminuye su participación en otras actividades necesarias para su desarrollo integral

De acuerdo con una encuesta realizada por **TV Azteca** dada a conocer durante el foro “Los Niños y la Televisión”, que se efectuó del 20 al 24 de septiembre de 1999, de los 19 millones de hogares mexicanos que existen, en 17 millones cuentan con al menos una televisión. Así, la pantalla casera permanece encendida alrededor de siete horas al día: cada mexicano ve la programación unas cuatro horas diarias, en promedio. Cerca de nueve millones de niños ven la televisión mientras hacen su tarea, en un horario preferentemente entre las 16:00 y las 18:00 horas.

En el sondeo, la televisora precisa que un 70 por ciento de los menores elige la programación de televisión, un 18 por ciento la escoge la madre de familia, en un siete por ciento los hermanos y en un dos por ciento el padre.

De los niños consultados para esta encuesta, detalla TV Azteca en su sondeo, un 42 por ciento busca programas de diversión, 28 por ciento de "risas", un 22 por ciento de concursos y sólo el uno por ciento prefiere emisiones educativas. Agrega que el 64 por ciento de los menores prefiere ver las caricaturas, 14 por ciento las telenovelas infantiles, 10 por ciento el de concursos y cuatro por ciento los programas de violencia.

El presidente de la Unión Nacional de Padres de Familia (UNPF), **Ricardo Esponda**, considera que las autoridades deben ser más enérgicas para impedir que se caiga en el juego de los programas de televisión, en tanto que --añade-- los medios deben autorregularse con códigos de ética que rijan la producción y transmisión de anuncios y programas violentos.

Al respecto, el titular de la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), **Alejandro Montaña**, acepta que la población exige acciones específicas contra la inseguridad y la violencia, por lo que se tienen que dar respuestas concretas en todas sus formas y expresiones, una de ellas, en la televisión.

Aunque recalca que se requiere sensibilizar a los medios electrónicos sobre esta demanda ciudadana, el funcionario pasa por alto el hecho de que son los medios quienes están al servicio de la población, porque gracias a ella existen.

De acuerdo con la **Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT)**, en el territorio nacional operan actualmente 604 estaciones de televisión que dan cobertura de 85 por ciento en el país, mientras que en materia de concesiones existen 480.

La investigadora de Medios de Comunicación, **Beatriz Solís**, manifiesta que el notable incremento de programas televisivos con alto contenido de violencia ha hecho evidente la necesidad de crear un órgano autónomo que vigile la aplicación de la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRyT), cuyo artículo 5 establece la función social de los medios de comunicación de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana.

Lamenta que ese precepto no se cumpla con el argumento de respetar la libertad de expresión, que es un derecho individual que al manejarse en un bien nacional y concesionado, como son los canales de televisión, se restringe en función de los derechos a terceros.

Por su parte, la socióloga de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), **Paz Trigueros**, señala que el problema no es la información policiaca violenta, sino la forma en la que se presenta, toda vez que este tipo de programas puede ocasionar problemas de inseguridad entre la población, sobre todo en personas que han padecido algún conflicto psicológico a causa de un suceso relacionado con asaltos, homicidios u otro tipo de ilícitos.

Al respecto, el investigador en Medios, **José Antonio Paoli Bolio**, afirma que este tipo de programas causan tal impresión en el televidente que éste lo reproduce en el sueño, refleja una intensidad a priori y se produce un estado de tensión sobre todo entre los niños,

Comenta que en la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) se han realizado estudios sobre transmisiones eléctricas por impulsos, lo que ha llevado a descubrir la gran carga de adrenalina que genera un espectador, dependiendo del programa que vea.

Expone que ésta no es una cuestión de gusto sino de preferencia de la población, toda vez que no se tienen muchas opciones de dónde tomar partido. De ahí que las propias televisoras se orienten por lo que se ve, pues este tipo de programas son más baratos de producir que los de carácter educativo-cultural que muy poco auditorio y rating les reditúan.

Por su parte, el coordinador de Enseñanza de la Facultad de Psicología de la UNAM, **Enrique Ayala**, establece que la exposición continua de la violencia en la televisión contribuye a formar una conducta agresiva entre los niños y jóvenes, quienes también por causa de la desintegración familiar, la crisis económica y cultural, se traduce en una contra-agresión.

El especialista del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), **José Manuel Sosa Hernández**, asegura que las películas con temas de terror y violencia provocan en niños y adolescentes la pérdida o alteración de los sentimientos naturales, sobre todo lo relacionado con el amor, el sufrimiento, la fidelidad, la tolerancia y la piedad.

Explica que esta saturación de violencia provoca que el individuo no experimente rechazo hacia emociones que deberían ser repugnantes y los elementos de violencia no dejan nada a la imaginación del sujeto, por lo que la influencia resulta negativa.

Entonces --subraya--, la violencia se traduce en hechos cotidianos que restan sensibilidad y provocan en el sujeto un elevado nivel de deshumanización, sobre todo en los niños que se encuentran en un proceso de desarrollo en el que deben estar acompañados de los padres, quienes deben explicarles las diferencias entre lo real y lo ficticio en la televisión.

La problemática ha dado de qué hablar en los más diversos sectores de la sociedad, y la intelectualidad no se ha hecho a un lado para opinar sobre la violencia en la pantalla casera.

**Octavio Paz** comentó en un foro efectuado en España en 1989 que "aunque no debemos olvidar que desde siempre el hombre ha tenido que enfrentarse con la violencia, tampoco se puede ocultar la prepotencia de la televisión", que considera se cree con la autoridad moral para decidir qué es lo que ve y deja de ver el auditorio.

El escritor mexicano afirmó que la escasa calidad de los contenidos puede ser obviada eliminando algunos errores de fondo, como el de considerar al público una masa homogénea, pues en las sociedades modernas y democráticas el pluralismo es esencial, lo cual debería abarcar también a la televisión.

En ese marco, señaló que es necesaria una televisión enfocada a la llamada élite y otras minorías para evitar que en ese último medio sólo exista lo que llamó "lo bárbaro".

La destacada escritora de cuentos infantiles y galardonada en 1998 con el premio "Elena Poniatowska" por su promoción al altruismo, **Margarita Robleda**, lamenta que ese tipo de programas violentos que se transmiten por las televisoras nacionales estén bombardeando a los niños con contenidos violentos.

Otros especialistas, sin embargo, han concluido que la televisión no es la única culpable de la violencia que existe, como por ejemplo Giuseppe Amara, psicoanalista y psiquiatra, quien apunta que mientras más se avanza en la modernidad, paradójicamente la violencia se hace más recurrente, toda vez que se presentan problemas económicos, políticos y sociales que evolucionan de acuerdo al desarrollo de un país.

No obstante, a todas estas posiciones adversas sobre los efectos nocivos de la televisión en los espectadores, existen opiniones de especialistas que contemplan un margen de beneficios de los mensajes televisivos a los receptores.

La investigadora del Departamento de Política y Cultura de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) Xochimilco, **Verónica Vázquez Mantecón**, señala que existen dos puntos de vista sobre los efectos de la televisión en los espectadores.

Refiere que por un lado, hay quienes sostienen que la televisión es negativa porque reduce a la sociedad en "una masa amorfa fácilmente dirigible y manipulable" y que responde de la misma manera a los mismos estímulos y le niega al individuo la capacidad de discernir y la capacidad de interactuar socialmente.

Por otro lado, y partiendo de que no existe ninguna evidencia de que la violencia en los programas de televisión generan una conducta violenta, la investigadora sostiene que se percibe al receptor como un ente que piensa y que analiza los mensajes que recibe, que le adjudica valores y significados, haciendo de esta práctica un "consumo creativo" del contenido televisivo.

Vázquez Mantecón califica de privilegiada la posición de la televisión en el seno del hogar: "ocupa un lugar ritual y está en el centro de la vida familiar". Plantea que no existe actividad que se pueda realizar simultáneamente al consumo televisivo, y que lejos de promover el aislamiento provee de temas de conversación tanto al interior de la familia como con la sociedad en general.

"No hay, por regla general, una concentración absoluta al ver televisión, lo que nos lleva a concluir que el proceso de consumo debe entenderse como el proceso de conversación y diálogo social a través del cual los mensajes de los medios son digeridos", apunta.

Señala que la televisión se ve desde las experiencias personales, las emociones se expresan a partir de la cultura propia, los juicios se emiten a partir de los valores individuales, pero "los valores morales y los criterios estéticos se exponen constantemente ante lo que ofrece la pantalla" y ahí la familia constituye una mediadora eficaz del mensaje televisivo, promoviendo la educación de sus miembros a partir de lo que ve en los medios.

Ante ello, argumenta que la observación de reacciones nos permiten concluir que a través de la televisión se da un proceso de comunicación y

aprendizaje, y de manera consciente o inconsciente la familia forma sus propios valores.

En su libro "Tú decides", **Pablo Mier y Terán** señala que pedagógicamente, el papel de los padres en el problema de la influencia de la televisión en sus hijos es trascendental. Ello, debido a que los padres tienen que preparar a sus hijos para resolver sus propios conflictos y ser independientes.

Eso, sumado a que los medios de comunicación no deben tratar al público como una masa sino como un individuo pensante, da como resultado un espectador no pasivo que puede discernir perfectamente entre lo real y lo ficticio, y así no verse afectado por los contenidos programáticos de la televisión.

#### **De los dichos a los hechos: marco legal**

Derivado de las múltiples manifestaciones de desacuerdo por parte de la sociedad en general con relación a la transmisión de series y anuncios televisivos con alto grado de violencia en sus contenidos, representantes de los poderes Legislativo y Ejecutivo se han manifestado por realizar reformas a las leyes de Radio y Televisión, General de Educación y de Salud, a fin de regular o en su caso prohibir dichos contenidos.

Muchas llamadas antecedieron al exhorto de **Ernesto Zedillo**, quien pidió a los medios de comunicación "a dejar de conferir a la violencia tantos acentos que parecen querer exaltarla y alentarla" y llamó "a no acostumbrarse a verla como algo normal".

Como jefe del Ejecutivo, el 17 de octubre de 1997, hizo la segunda petición para que las televisoras dejaran de lado la transmisión de programas como "Ciudad Desnuda", "Duro y Directo" –que después del primer regaño el 20 de julio de 1997 en el Simposio de Libertad de Expresión cambió de nombre a "Fuera de la Ley"--, Primer Impacto y otras series que se ufanan de la violencia como "información del día".

En esa ocasión, ante 600 representantes de los medios que asistieron a la comida anual de la 39 Semana Nacional de Radio y Televisión, el mandatario sostuvo que "sin eludir la realidad se debe dejar de tener tanta obstinación por la violencia que sólo puede ser ejemplo de la violencia".

La observación del Ejecutivo derivó en la desaparición de algunos de estos programas, siendo el último de salir del aire "Ciudad Desnuda" el 14 de noviembre de 1997, sin contar el programa "Primer Impacto", que continúa en la programación.

El entonces secretario de Educación Pública, **Miguel Limón Rojas**, consideró que los programas de televisión deben destacar el respeto y valores del ser humano, promover la no discriminación y la igualdad entre el hombre y la mujer y rechazar la violencia.

Ante estos llamados, el presidente de TV Azteca, **Ricardo Salinas Pliego**, aseguró que la televisora a su cargo "no apostará más por la nota roja y no lo hará porque para nosotros mucho más importante que trabajar por el rating es el llegar al público a través de la discusión seria de grandes temas nacionales, como la política, la economía, las elecciones y el rumbo del país".

No obstante, en septiembre del 2000 inició transmisiones el programa "Metrópoli", en el canal 7 de la televisora del Ajusco, cuyo contenido se basa en información policiaca del día. El conductor de este noticiero es Jorge Zarza, quien en una conferencia apostó que su "línea" son los "reportajes con sentido humanitario".

Dado que esta problemática se ha presentado en todo el país, tanto legisladores locales como federales se han pronunciado por reformar estas leyes que regulan la actuación de los medios de información.

En octubre de 1999, el **Congreso de Jalisco** envió a la Cámara de Diputados un punto de acuerdo en el que solicita la intervención de la Cámara baja para que se supervise la programación televisiva con alto contenido de violencia, a fin de evitar influencias nocivas que perturben el desarrollo "con armonía" de los niños y jóvenes.

En ese documento, los legisladores tapatíos destacan que es la Secretaría de Gobernación quien debe exigir el cumplimiento de las normas establecidas al respecto y "vigilar que los medios de comunicación se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la paz, a la moral pública y a la dignidad personal, además de que no ataquen los derechos a terceros ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden público".

Establecen que de acuerdo con los artículos 4 y 5 de la Ley Federal de Radio y Televisión, este último medio constituye una actividad de interés

público, por lo que el Estado deberá proteger y vigilar su actuación para el debido cumplimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana.

Para ello, abundan, el Estado deberá rescatar y consolidar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares, así como evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud.

Por su parte, en la LVII Legislatura de la Cámara de Diputados, el legislador del Partido del Trabajo (PT), **Ricardo García Cantú**, a nombre de su fracción parlamentaria, propone diversas reformas y adiciones a las leyes Federal de Radio y Televisión y General de Salud.

En la propuesta, García Cantú argumenta que "el efecto globalizador y los procesos de integración económica han desarrollado a la par una evolución en los diferentes ámbitos de la vida actual que han traído como consecuencia algunos embates con la sociedad".

Actualmente, abunda, la industria televisiva en México se encuentra en un periodo de transición en el que se observa la pérdida de la hegemonía de una cadena televisiva, lo que ha desatado una exacerbada competencia que trae aparejado el uso de diferentes mecanismos que tienen como fin atraer la atención de los televidentes. Algunos de estos mecanismos más frecuentes son la violencia televisiva, un problema que provoca diversos efectos, los cuales, junto con otros problemas sociales y económicos, tienden a la "degeneración" (sic) del ser humano.

El diputado petista considera que la violencia televisiva se ha planteado no sólo como la principal causa de la violencia, sino como un catalizador de lo que se vive en el entorno, sin que ello signifique desvirtuar la función que tienen los medios de comunicación, que es la de dar a conocer lo que sucede en nuestro alrededor sin olvidar la ética informativa en los contenidos televisivos.

Destaca la importancia de reglamentar no el contenido de la información, sino la forma en que se maneja, toda vez que con el pretexto de presentar un contenido real que afronta la sociedad actual, los medios se olvidan de su responsabilidad social al pasar por alto los efectos que estos contenidos podrían tener en los espectadores.

Asimismo, el legislador del PT alerta sobre los contenidos de los anuncios publicitarios, los cuales –expuso– influyen en la conducta de un niño que está en proceso de maduración intelectual.

En este sentido, reitera la necesidad de que los medios de comunicación cumplan con las disposiciones legales que los rigen y apliquen sus criterios en el momento de realizar y transmitir sus programas y anuncios publicitarios.

Entre las reformas que propone están las modificaciones al artículo 5 de la Ley Federal de Radio y Televisión en su fracción II que dice que se debe “evitar la generación de influencias que tiendan a perturbar el desarrollo armónico de la niñez y la juventud”.

En la fracción I del artículo 10, el grupo parlamentario del PT plantea “vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada y que no atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores o derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, juventud y la mujer, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y paz públicos, por medio de programas con contenido violento”.

De igual forma, en las reformas al artículo 67, fracción I, propone “mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación, respetando en todo momento al público para el cual se dirige dicha programación, en los horarios establecidos. Para el caso de los programas que contengan escenas de violencia –recomienda– deben ser transmitidos entre las 22:00 y las 06:00 horas.

También, en la fracción IV plantea el hecho de que “no deberá hacerse publicidad que incite a la violencia física y moral...” Además, sugiere en el artículo 72, que “independientemente de las disposiciones relativas, la transmisión de programas y publicidad impropios para la niñez y la juventud, deberían transmitirse en los horarios establecidos”.

Respecto a las reformas a la Ley General de Salud, la fracción del PT en la Cámara baja propone cambios al artículo 306 en sus fracciones II, IV y VI, que en suma consisten en los mensajes televisivos o publicitarios, los cuales “deberán tener un carácter orientador y educativo y no inducir a conductas, prácticas o hábitos nocivos para la salud física y mental que vulneren la voluntad del individuo o que impliquen riesgo o atenten contra la seguridad o integridad física o dignidad de las personas...”.

Por su parte, la presidenta de la Gran Comisión del Senado de la República, **María de los Ángeles Moreno Uriegas**, manifiesta que los medios de comunicación deben proporcionar educación y valores, además de contribuir a crear una nueva cultura de paz, de tolerancia y de libertad.

Expresa que si bien los medios electrónicos no son motivo de la violencia y de guerra, sí pueden ser instrumentos que las refuercen o que, al contrario, contribuyan al entendimiento, a garantizar los derechos democráticos y a propiciar el desarrollo del país.

La diputada del Partido Acción Nacional (PAN), **Margarita Chávez Murguía**, integrante de la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía de la Cámara baja, considera que las reformas propuestas a las leyes que rigen estos medios son "nada más para poner nuevamente el tema en la conciencia de todos", ya que las leyes así como están "tienen todo como para que si tuvieran ganas de aplicarla se aplicara", pero como no hay rangos específicos todo se toma como si atentara contra la libertad de expresión.

Estima que es tan ambiguo el esquema y conceptos de lo moral y lo inmoral que se confunde con lo religioso y no es así. Se refiere a la moral como los usos de una costumbre de una sociedad, y ese es el concepto que los medios tendrían que manejar para saber lo que debe o no pasar por televisión en cuanto a las cuestiones morales. "Si a la gente se les habla de valores, se cree que se habla de religión, y no es así, sino de valores humanos que hasta los ateos tienen". En cuanto a las cuestiones de violencia —abunda— se sabe que si se satura de violencia a quien se está formando, es decir un niño, no hace más que generar más violencia.

Al referirse a los exhortos del Ejecutivo de retirar del aire los programas de contenido violento, la diputada panista señala que esa actitud "fue un golpe político" porque —dice— el presidente realmente tiene la ley para poderlos quitar y adecuarlos.

Opina que no debería ser sólo la Secretaría de Gobernación la que vigile este aspecto, pues tendría que estar también la Secretaría de Educación Pública (SEP), las asociaciones de padres de familia, quienes determinen y busquen el bien de las familias y de una sociedad inteligente.

El problema radica en que la educación de la sociedad no tiene valores implícitos, incluso los supuestos valores patrióticos; realmente la gente no siente la patria y no tiene valores humanos de respeto, de superación, de honestidad, argumenta.

“Si desde nuestra educación no tenemos esos valores y no tenemos una visión de país, además porque cada seis años cambian los intereses y las formas de hacer las cosas, no se puede tener una idea concreta de lo que queremos para las futuras generaciones”, advierte.

De ahí, destaca la legisladora, la trascendencia de los medios de comunicación, los cuales son importantes no por sí mismos, sino por lo que hacen, porque son un instrumento “para” y lo malo es que se han convertido en un negocio vil y supremo que va más allá de los tres Poderes de la Unión.

Admite que la aplicación de las leyes depende de la sociedad, lo cual requiere de una educación cívica. Hasta ahora a lo que más se ha llegado es a que la gente acuda a las urnas a emitir su voto cuando se realizan comicios, dejando la responsabilidad posterior al funcionario que eligió y olvidándose de que aquello por lo que votó es luchar para que se construyan mejor las cosas, pero quien va a hacer que valga es la sociedad.

“Tienen tanta responsabilidad los medios de comunicación en el ambiente del país, y la sociedad es la que hace cumplir las leyes que lo único que falta es que piensen en el daño que se le hace a los hijos”, observa. Y añade: ello empieza desde que se inicia la educación escolar, tener una educación cívica donde se le enseña al individuo a asumir su papel como individuo y como parte de la sociedad en armonía con el entorno, para entonces saber qué es lo que se quiere ver en televisión con un criterio bien definido.

Un aspecto interesante en el reglamento y en la ley de radio y televisión es la creación de un **Consejo Nacional de Radio y Televisión**, dependiente de la Secretaría de Gobernación.

El organismo, según los preceptos de la legislación, está integrado por representantes de las secretarías de Gobernación (SG), de Comunicaciones y Transportes (SCT), de Educación Pública (SEP), y de Salud (SSA), así como por representantes de los trabajadores y de empresas en la materia.

Entre las atribuciones del Consejo están, entre otras, el ser órgano de consulta del Ejecutivo federal; elevar el nivel de moral, cultural, artístico y social de las transmisiones; llevar a cabo medidas para el eficaz cumplimiento de la ley en la materia; otorgar reconocimiento al trabajo creativo; organizar festivales y concursos de programas y comerciales; coordinar las transmisiones y fijar los horarios de los tiempos del Estado en la radio y la televisión.

A pesar de que la voluntad de los legisladores fue la de buscar un organismo con pretensiones plurales para la toma de decisiones con relación a este sector, en la práctica el Consejo no opera, aunque sí aparece en el organigrama de la Secretaría de Gobernación.

Ante esta situación, resulta comprensible la propuesta de diversos investigadores de dar una verdadera vida al organismo para que cumpla su función social o encauce las propuestas legislativas con mayores atribuciones para un beneficio real a la sociedad.

Por otro lado, un elemento de importancia en la revisión del marco legal de la publicidad en televisión tiene que ver con la creación, en 1996, del denominado **Consejo Nacional de Autorregulación y Ética Publicitaria (Conar)**.

Esta organización la integran 67 anunciantes, 41 agencias de publicidad y 30 medios y asociaciones con el objeto de promover la "libertad de expresión publicitaria con responsabilidad mediante la autorregulación para que los anuncios comerciales se enmarquen dentro de los principios de legalidad, honestidad, decencia, veracidad, dignidad, respeto, justa competencia y bienestar de la salud".

Dicho organismo se asume como independiente, de consenso y de diálogo con la intención de evitar entre sus propios integrantes prácticas que afecten a empresas y consumidores y no llegar así a la aplicación de alguna sanción administrativa por parte de las autoridades.

Con base en ello, la Conar funciona como árbitro y emite su veredicto a manera de recomendación, el cual puede considerar la corrección del mensaje, la suspensión provisional o el retiro definitivo del mismo.

La creación del organismo ha sido de utilidad para dirimir, en algunos casos, las diferencias surgidas a partir de la explotación de la publicidad comparativa hasta ahora no regulada por ninguna ley en la materia.

Sin embargo, a juicio de algunos anunciantes, el consenso no ha sido suficiente para "sancionar los excesos", por lo que se hace necesario incluir ciertos límites en la legislación vigente y definir exactamente los lineamientos de los anuncios para evitar contenidos que inciten o contengan actos de violencia.

## Compromiso social y "rating"

Pese a todos esos compromisos, existe un problema en la televisión mexicana frente al público que reside en la falta de compromisos éticos de las empresas concesionadas, aspecto en el que han coincidido la mayoría, si no es que todos, los sectores de la sociedad.

En un hecho sin precedente en la televisión mexicana, el 5 de septiembre de 1996, el entonces conductor del noticiero 24 Horas, **Jacobo Zabłudovsky**, anunció que iban a ser mostradas unas escenas "espantosas" de un hombre que fue quemado vivo en el poblado de Playa Vicente, Veracruz, por haber violado y matado a una mujer que lavaba en un río cercano.

El conductor aclara que estas escenas --que muestran cómo el hombre es amarrado de pies y manos, rociado con gasolina y prendido-- no iban a ser transmitidas por el gran impacto que representaban; sin embargo, argumentó, se decidió que era mejor mostrarlas al público, pero sin dar una explicación de ello. Esto nos lleva a pensar ¿hasta dónde los televidentes estamos dispuestos a ver? y ¿hasta dónde las televisoras pueden "decidir" lo que se transmite o no con el fin de lograr mayor rating?

En este sentido, la presidenta del Comité Infantil de Televisa, **Rosa María Ocampo**, deja en claro que con rating se obtienen patrocinadores y con éstos se logra hacer rentable un canal dirigido a un fin determinado, por ejemplo, un programa educativo sin visos de violencia.

Desestima que la televisión sea totalmente culpable de las conductas violentas, pues "la postura de Televisa es muy clara, como padres somos responsables de lo que nuestros hijos ven y el tiempo que pasan frente al televisor. Ésta no es nana".

Mientras en otras naciones como Estados Unidos y Francia ya tomaron medidas para eliminar los contenidos violentos en la televisión, en México el marco legal en la materia no es aplicado a cabalidad.

En Estados Unidos, las cuatro grandes cadenas de televisión (ABC, CBS, NBC y FOX) presentaron al Congreso un plan, con un costo de dos millones de dólares, mediante el cual esperan producir dispositivos que permitan a los padres eliminar programas que contengan violencia o sexo.

Sin embargo, los asambleístas no apoyan totalmente la propuesta del llamado "V-chip", toda vez que representan una violación a la libertad de

elección de los televidentes, además de que por ser una idea del expresidente William Clinton, la calificaron como un control gubernamental sin precedentes. Pese a ello, este año comenzarán a venderse en Estados Unidos televisores con un micoprocesador antiviolencia.

De llegar a aplicarse un chip de esta naturaleza en México para que los padres puedan eliminar los programas de contenido violento, la programación de por sí escasa sería nula dado que la mayoría de la programación de entretenimiento en televisión está conformada por este tipo de programas.

Es sabido que la violencia genera violencia. En tiempos tan aciagos como los que vivimos, magnificados por asuntos económicos de no pronta y justa resolución, de seguir como vamos, mal hacen los consorcios televisivos en incluir sin medida y sin razones valederas el tema de la violencia.

El periodista y conductor de televisión, **Miguel Bárcena**, considera que la nota roja nos rebasó. Dijo que antes era una sección de los periódicos, revistas o dentro de los noticieros, pero ahora todo es de primera plana, "no ves algún periódico y noticiero televisivo que no destaque en su primera nota algún ajusticiamiento, asesinato, ajuste de cuentas entre narcos, decomisos, balaceras".

Justifica que el surgimiento en la televisión de los noticieros de la nota roja son un reflejo de la sociedad y por ese hecho son dignos de considerarse dentro de los medios. El problema, enfatiza, no sólo es lo que se presenta, sino cómo se presenta. "Sin embargo, hay que meter imágenes violentas de este tipo de notas para justificar que la televisión estuvo ahí, porque la televisión es imagen y sonido, si no sería radio".

Recuerda que la televisión es un medio que entra gratuitamente a los hogares, donde está como invitada, pero no por ello se tiene que descuidar al público infantil o juvenil, a quienes se les puede impactar con ese tipo de escenas, abunda.

El periodista **Guillermo Ortega Ruiz** sostiene que la producción de programas, como "A Sangre Fría", son creados para presionar a las autoridades a cumplir con su deber en la aplicación de justicia.

En el programa "Otro Rollo" de Televisa, transmitido el 23 de octubre de 1998, Ortega Ruiz señaló que la televisión es un espejo de la sociedad actual y las noticias vienen de la sociedad y se generan en ella.

A su vez, la investigadora **Alma Rosa Alva de la Selva** opina que a pesar de las diversas movilizaciones por parte de organizaciones sociales, como A Favor de lo Mejor en los Medios, y de comisiones del Congreso de la Unión involucradas en el tema, no fueron sino las alusiones y exhortaciones presidenciales, relacionadas con la proximidad de la Ley sobre la Violencia Intrafamiliar las que "invitaron" a los concesionarios televisivos a retirar del aire estas emisiones estelares, sin antes desplegar una amplia campaña publicitaria sobre tan "patriótica" decisión.

La analista señala que el problema de la violencia y los medios estuvo lejos de discutirse ampliamente, por lo que descartó avances significativos ni siquiera en términos de conciencia, pues muchas otras emisiones con altas dosis de violencia continúan y continuarán en la pantalla casera.

**Gilberto Guevara Niebla**, director de la revista Educación 2001, va más allá. Se refiere al problema en que en la familia pocas veces se advierte la presencia de los padres en el desarrollo emocional de sus hijos.

Resalta que en México el subdesarrollo económico repercute sobre todo en la estabilidad y armonía familiares y se asocian con frecuencia a condiciones sociales funestas –divorcios, viudez– que repercuten en el alejamiento de los hijos o acarrea dificultades de comunicación con ellos.

Con este panorama, agrega, el resultado puede ser desastroso, toda vez que los niños, solos y angustiados, se convierten en fáciles víctimas de un entorno cultural que muestra, lamentablemente, con innumerables incitaciones a la violencia.

El también profesor de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM precisa que los infantes mexicanos pasan casi cuatro horas diarias frente al televisor, cuya oferta de contenidos violentos es abrumadora. En este contexto, abunda, en 10 años un pequeño observa en la pantalla alrededor de 20 mil asesinatos.

Rechaza que la televisión induzca a los niños a matar, pero aseguró que cuando el espectador es un niño que está entre los identificados como "en riesgo" por su situación social, económica, familiar adversa para su sano desarrollo, se eleva la probabilidad de que estos medios actúen como disparadores de una situación violenta.

Guevara Niebla sostiene que el problema de la violencia es la realidad social, lo que a su vez se proyecta en la televisión. "En términos de seguridad, el país es un desastre, pero ese desastre no será superable

mientras la programación de televisión en lugar de contrarrestar, siga reforzando las conductas violentas”.

Advierte que nuestra sociedad se está viendo atropellada todos los días no sólo por la violencia callejera (producto de la mala policía, así como de un conjunto desastroso de factores económicos, políticos, culturales y morales), sino también por la acción negatoria y moralmente reprobable de los medios (aunque no todos, ni todo el tiempo) que día con día transmiten mensajes que inducen al espectador a romper las normas que sustentan la convivencia social.

El académico dice que pudiéndose constituir en una enorme fuerza civilizadora que nos ayudaría a enfrentar los graves problemas que como comunidad tenemos, la pequeña pantalla, al contrario, actúa como un educador negativo, como un poder que frecuentemente se opone a los intereses y proyectos del conjunto social.

Asienta que la programación infantil, cuyos contenidos obvios exaltan la violencia, carecen de la estructura adecuada para educar a los infantes, en muchas ocasiones promueven sin querer anti-valores como el engaño, la mentira, la deslealtad, el egoísmo y la competencia.

Gilberto Guevara fundamenta que la sociedad mexicana necesita imperiosamente evaluar en conjunto la función social de los medios de comunicación e instituir un sistema de normas que los regulen. “Las normas por sí mismas no quebrantan la libertad, como algunos empresarios de los medios sostienen, lo que quebranta es la ausencia de normas”.

Al respecto, el ya citado comunicólogo y politólogo **José Antonio Paoli Bolio** plantea que para erradicar la violencia de los medios de comunicación y sus repercusiones en la conducta y hábitos de la gente hace falta impulsar una política de mediano plazo en la que participen todos los sectores, incluido el Estado.

Recuerda que varios estudios han demostrado que un constante estímulo de violencia propicia miedo en el individuo y a este miedo aprende a responder con más violencia.

Esos hábitos reactivos, explica, son los que de alguna forma han incidido en la formación o deformación de un auditorio que está acostumbrado a ese tipo de “contaminación psicológica”.

Expone que en general sería muy difícil pronosticar cómo va a reaccionar el público con la salida del aire de los programas que en su momento fueron criticados por sus contenidos, pero lo que se tiene almacenado también es violencia, así que, lamentó, es posible que no haya cambios perceptibles en las conductas ya arraigadas.

Subraya que no habría forma de llenar la cantidad de horas que actualmente la televisión ocupa con ese tipo de "productos", los cuales exaltan el heroísmo identificado con los golpes y las reacciones violentas y no con serenidad o cordura, que junto con otro tipo de valores, no representan ningún negocio si se involucra en un programa televisivo.

Argumenta que lo anterior se lograría con base en una compleja articulación de elementos que incorporarían no sólo a los productores, escritores y actores, sino a consumidores, niños en las escuelas y a profesionistas con nuevas iniciativas de alta calidad productiva.

No obstante, reconoce, tendría que ser una política que contara con la voluntad y el trabajo de todos los sectores, en busca de nuevos programas que tuvieran como objetivo impulsar valores positivos como la cooperación social, el respeto y la superación sin necesidad de la violencia.

Menciona que a pesar de que no existe la certeza de que ver este tipo de programas hacen que un sujeto se convierta en un delincuente en potencia, sí se ha argumentado que la violencia produce estados de sufrimiento y de inseguridad en personas débiles.

De ahí, dice, se debe apoyar la creación de un órgano autónomo e independiente que vigile la aplicación de la Ley Federal de Radio y Televisión, en cuyos artículos se establece el fomento de la armonía y la convivencia, no la destrucción y la violencia que actualmente difunden los medios.

En el Foro Hispanoamericano de Televisión para niños, convocado por la Universidad Anáhuac, efectuado en 1995, las investigadoras **Yolanda Lazo de Bátiz y Susana Garduño Solana** lamentaron que las imágenes de televisión no sean elaboradas precisamente para los niños, pues finalmente son ellos quienes se adaptan a la vida adulta al ver programas que "reflejan" la vida de personas mayores y un mundo de vida ficticio y "bonito".

Expusieron que lo que se busca es crear una "alfabetización visual" para que el niño desarrolle un sentido crítico como defensa a la

manipulación oculta en los programas de televisión. Plantearon que una de las mejores maneras de comprender las imágenes que produce la televisión es reconociendo que los niños no sólo son diferentes a los adultos, sino que cada uno es único y por lo tanto su percepción de las imágenes es también singular.

Por ello, recomendaron que ante el bombardeo de programas televisivos cargados de imágenes violentas se requiere que los padres regulen el tiempo que los niños ven la televisión y que los medios incorporen un mayor número de imágenes con temas de literatura y otras actividades artísticas.

El artista plástico **Felipe Ehrenberg** sostiene que el Estado, aunque tiene entre sus facultades el poder de intervenir, controlar y reglamentar lo que se transmite por televisión, no se aplica en su tarea de regular estos contenidos, porque esta obligación se traduce como un atentado a la libertad de expresión.

Lo único que le queda al Estado, apunta, es "meterse a la pelea " e invertir un buen dinero en su canal cultural para ofrecer una programación de altura y sobrada calidad. Asimismo, continúa, si el Estado se niega a invertir en su canal y su gente, "los televidentes tenemos como alternativas sentarnos a ver la televisión con nuestros niños a supervisar y comentar lo que ven, sin olvidar jamás que el televisor no es un maestro ni una niñera ni un acompañante y que, en todo caso, los telespectadores tenemos el poder de apagar el televisor".

En su libro "Televisión y familia", **Jorge Yarce** señala que "la televisión logra captar la atención de los niños con más eficacia que el colegio o que los mismos padres".

Además de los contenidos violentos, las escenas de sexo y de falta de respeto a los valores morales de la familia en la televisión, la publicidad representa un factor importante en la difusión de estos programas y en el mensaje de sus anuncios, acota.

A su vez, el director de Investigación de la Comunicación de la Universidad de Stanford, **Donald F. Roberts**, asegura que los contenidos violentos de los medios de información producen efectos negativos en los niños y jóvenes, como son el incremento en la agresividad, la insensibilidad y el miedo, en un mundo donde la tendencia hacia la "desregulación" de los medios y la responsabilidad cae en los emisores y en los receptores: la sociedad en general y los padres en particular.

En su ponencia presentada en la Escuela de Comunicación de la Universidad Anáhuac del Sur, en junio de 1997, Roberts habló de los efectos de los medios de comunicación en México donde --afirma--, los niños difieren fuertemente en la forma de interpretar las historias y cuentos y aprenden los modelos de conducta que se muestran en la televisión.

Expuso que mientras más proyección haya más compleja será la interpretación, y los niños no hacen una diferenciación de la realidad y la fantasía tan rápidamente. Recordó que los niños mexicanos a temprana edad se exponen habitualmente a la televisión: el 93 por ciento de los menores de tres años ve la televisión diariamente, en promedio, y los niños de 4 a 12 años de edad ven 22 horas de televisión a la semana.

Los adolescentes, de 13 a 19 años de edad, pasan 20 horas a la semana frente a la televisión, ven casi cuatro películas y escuchan música más de 27 horas semanalmente.

Respecto a las películas, Roberts señaló que éstas constituyen una forma muy atractiva de entretenimiento porque la acción, la aventura, el drama y los personajes resultan especialmente atractivos a los jóvenes, quienes por encontrarse en una etapa en la que, por una parte, buscan identificarse con héroes o personas dinámicas y atractivas, por otra, tratan de afirmarse y conocer mejor los "roles" de la sociedad adulta. Desafortunadamente, lamentó, muchas de esas películas contienen altas dosis de violencia.

Resaltó que tanto la vulnerabilidad propia de los primeros años de vida, como la tendencia de los niños a imitar conductas de otras personas, crean una profunda preocupación por los contenidos de violencia, sexo, palabras inapropiadas en los medios, lo cual produce un aumento en la agresividad del sujeto, debido a que tienden a imitar la conducta violenta de un héroe y porque se tiene la idea de que esa conducta no es castigada. A los niños, abundó, también les provoca inestabilidad debido a que empiezan a ver la violencia como algo normal y se familiarizan con ella.

En cuanto al miedo, Donald F. Roberts comentó que los infantes perciben el mundo más peligroso de lo que en realidad es y precisó que si bien es cierto que los medios audiovisuales pueden tener efectos negativos, también es verdad que si se les utiliza adecuadamente se les puede aprovechar a transmitir información para educar e inculcar valores a los niños y jóvenes, así como a la población adulta.

Para ello, indicó, se requiere mezclar la educación con la diversión, lo cual implica gran responsabilidad y creatividad por parte de los productores de programas infantiles y juveniles.

A los medios de comunicación recomienda establecer códigos de ética muy estrictos, con los cuales se comprometan honestamente y que los lleven a actuar en todo momento con gran responsabilidad ante la sociedad a la cual sirven.

Asimismo, sugirió a los padres de familia no utilizar la televisión como premio o castigo, de hacerlo así se le está asignando un valor desproporcionado al medio, "que es exactamente lo que no queremos".

El mismo F. Roberts, en su participación en el Foro Internacional "El derecho a la información en el marco de la reforma del Estado en México", organizado por la Cámara de Diputados en 1998, dijo que el control de la violencia en los medios de comunicación no debe considerarse una responsabilidad exclusiva del Estado, sino de la sociedad en su conjunto.

Para ello, propuso crear una comisión que integre a los diversos sectores de la sociedad, a efecto de establecer un sistema de clasificación de los programas televisivos y que asuman la tarea de formar a sus hijos, por encima de la influencia que puedan ejercer en ellos la escuela y los medios de comunicación.

Al respecto, aludió que diseñó un esquema de información sobre los contenidos en los medios el cual, mediante termómetros sobre los diferentes temas y criterios de evaluación, informa a los públicos potenciales sobre lo que encontrarán en dicho programa o espectáculo.

Explicó que el sistema informativo parte de la base de la libertad de expresión y elección, y deposita en el público la responsabilidad de elegir lo que desea ver con base en los criterios homogéneos y universales. De esta manera, sostuvo, cada persona puede seleccionar lo que ve, lee o escucha, de conformidad con sus propios valores, intereses e ideología.

Expuso que para desarrollar un sistema informativo, así en México se debe establecer un "panel interdisciplinario" que establezca los criterios de calificación de los contenidos, no sobre bases ideológicas o morales, sino sobre elementos puntuales y objetivos como frases, léxico, tomas e imágenes.

Una vez que esa comisión haya llegado a un criterio común –abundó-- deberá ser validado por la opinión pública para que sea adoptado por todos los medios y difundido a través de los sistema educativo nacional y de cada entidad.

Consideró que con este sistema se podría controlar el contenido de violencia a que muchas veces se expone la sociedad y que afecta principalmente a la niñez, que aprende conductas y actitudes agresivas, se insensibiliza hacia la violencia cuando no le incumbe directamente, pero que a la vez tiene miedo a ser víctima de esa agresión en los medios.

La resurrección de la Santa Inquisición. "A Favor de lo Mejor", elegida para "velar" por los receptores

*"El género humano, malo por naturaleza, ha llegado a ser peor a causa de la sociedad, cada hombre acarrea los defectos de sus antecesores".*

**Chamfort**

La sociedad actual está integrada por diversas ideologías, corrientes, costumbres, filiaciones políticas que en coincidencia, buscan mejorar la comunidad en la que habitan. Sin embargo, cada sector de esta sociedad tan plural pretende a su manera, aplicar estrategias para "mejorar" su entorno y volverlo más "sano" para las próximas generaciones.

Está comprobado que los medios de comunicación son parte importante de ese desarrollo que la sociedad busca continuamente entender y a la vez mejorar en todos los ámbitos. Pese a que la televisión ha jugado un papel trascendental en la formación del individuo, sus contenidos, horarios y público no son acordes con su objetivo principal que es entretener.

En ese contexto, existen organizaciones que, "preocupadas" por conservar los valores esenciales de la sociedad, buscan "intermediar" con quienes se encargan de producir, aprobar y transmitir contenidos "nocivos" para el desarrollo social e intelectual del individuo, sobre todo en su edad temprana.

En tanto, profesionales de la comunicación y la cultura confían el magno poder que representa la televisión para apoyar la labor educativa de un pueblo, algunos representantes de la intelectualidad (derecha) mexicana y mundial "satanizan" los contenidos de los programas de televisión por su exceso de violencia y la "falta de respeto a los valores morales".

En este marco, la asociación A Favor de lo Mejor acepta que la televisión ha logrado, desde hace varias décadas, colocarse en un lugar muy importante dentro de los hogares, también reconoce la importancia de los medios de comunicación y sus trascendentes implicaciones en la vida de las naciones.

A partir de ello, en el denominado **Documento Base A Favor de lo Mejor** sostiene que “es necesario conocer la información que recibimos y que sin darnos cuenta interviene positiva o negativamente en el desarrollo de nuestras familias”.

En ese texto, que surgió como argumento para su creación, **A Favor de lo Mejor** hace diversas consideraciones y reflexiones sobre la función de los medios de comunicación y lo que deberían hacer para mejorar sus contenidos. Entre las consideraciones se encuentra la idea de que los medios de comunicación no son los principales responsables de la violencia en la sociedad, toda vez que existen muchos factores que influyen en el comportamiento del individuo.

Derivado de ello, considera que los medios de comunicación tienen una influencia en el aprendizaje, la formación de actitudes y la conformación de modelos y roles de conducta en cada sujeto. Así, “los sectores más vulnerables de percibir estos mensajes son los niños y los adolescentes, quienes aprenden con mayor facilidad y de manera indiscriminada. De ahí la importancia de saber qué es lo que ve, oye y escucha este sector de la sociedad”.

Sobre esa base, **Francisco González Garza**, presidente de la **Asociación A Favor de lo Mejor en los Medios**, afirma que la comunicación ha sido siempre el signo de sociabilidad del ser humano y donde el individuo se desenvuelve de manera natural. En ese sentido, destaca que la calidad de la comunicación refleja el grado de desarrollo o retraso de una persona o una comunidad.

Reconoce que “el desarrollo de los medios de comunicación son un factor presente en la vida de toda comunidad y un vehículo de información, intercambio de ideologías, sentimientos e ilusiones más eficiente que la humanidad haya conocido”.

También resalta la capacidad de los medios de comunicación de construir un mundo cercano en cultura, conocimientos y sentimientos lejanos que nos permiten tener una visión del mundo más completa, rápida e integral. Con ello, señala que existe un reconocimiento de la creciente preocupación de la sociedad por la excesiva influencia negativa de los medios, cuyo contenido contribuye también a una “conducta antisocial”.

## **La cooptación de simpatizantes para culpar a la televisión de atentar contra las "buenas costumbres"**

Al considerar que se ha llegado al punto histórico donde lo individual debe responsabilizarse por lo colectivo y en el cual la sociedad debe procurar que la calidad de vida de sus individuos incluya lo mejor de los medios y también lo mejor de todos los que hacemos productiva la comunicación en la comunidad, González Garza expresa que lo que primero que se debe hacer es reconocer el papel que como individuos estamos obligados a ocupar en el entorno social.

Enumera que los principales involucrados en el proceso de la comunicación son el público, los anunciantes, los productores, las agencias de publicidad, los legisladores, las autoridades y por supuesto, los propios medios de comunicación. En este sentido, apunta que A Favor de lo Mejor pretende clarificar una actitud de búsqueda por el respeto a los valores y la dignidad de la persona, la familia y la sociedad, y considera indispensable rescatar el papel y el hábito de la lectura como fuente de inspiración y ejercicio del desarrollo del individuo.

Por ello, agrega que A Favor de lo Mejor busca crear un espíritu positivo basado en la voluntad y necesidad de construir una sociedad más justa, digna y más humana; es un esfuerzo sostenido de diálogo abierto y constructivo con personas y organizaciones con puntos de vista diferentes, reconociendo que el derecho universal a la información implica las facultades de investigar, recibir y difundir hechos, ideas y juicios con responsabilidad y ética.

Confía en que la participación y los consensos harán posible que las responsabilidades coincidan en la concreción de una nueva cultura que beneficie a la sociedad en su conjunto.

## **Estrategias de campaña para satanizar los programas y anuncios televisivos**

**María Teresa Guevara Lara**, integrante del Comité de Gestión con los Medios de Comunicación del Consejo Nacional de A Favor de lo Mejor, recuerda que fue a fines de 1996 cuando tuvieron la idea de buscar propuestas para mejorar el contenido de la televisión, y en general de los medios.

Al reconocer que la labor de los medios de comunicación son importantes, también sostiene que los contenidos de éstos deben llevar un mensaje educativo para los receptores, lo cual en la mayoría de las ocasiones no sucede.

Refiere que en esa ocasión crearon una estrategia para sensibilizar a las personas de que los contenidos en los medios de comunicación, y en especial la televisión, no estaban estructurados de manera que aportaran conocimientos positivos a los receptores.

Para ello, abunda, decidieron aplicar encuestas y recabar firmas en escuelas, organizaciones civiles, con padres de familia, de manera discreta y sin ponerse un nombre para que la gente no los encasillara o identificara con alguna ideología política, por lo que –comenta– sólo se presentaron como Organizaciones Coordinadas para Mejorar los Medios de Comunicación.

Señala que el llamado se hizo en diferentes tiempos con la intención de que los medios de comunicación no los descalificaran a priori. Por ello, prosigue Guevara Lara, las firmas del sector religioso se recolectaron al final de la campaña, logrando juntar opiniones de los evangélicos, mormones, judíos y católicos. Destaca que como resultado de la recolección de firmas, también se obtuvieron propuestas que finalmente quedaron integradas en nueve líneas de acción, que son con las que actualmente trabaja A Favor de lo Mejor.

Asegura que la preocupación por evitar *la violencia, el desorden sexual y el menosprecio a los valores de la familia en los medios de comunicación* fue respaldada por dos mil 434 organizaciones cívicas, sociales y religiosas que finalmente se unieron a la asociación.

Entre estas organizaciones –precisa– destacan la Cruz Roja Mexicana, 96 de las principales universidades del país, la Asociación de Scouts de México y la Unión Nacional de Padres de Familia.

Guevara Lara comenta que como primera parte de la Campaña "En los medios: A Favor de lo Mejor", del 1 al 16 de marzo de 1997 se realizó una encuesta en la que esas organizaciones lograron recabar cuatro millones 167 mil 69 firmas en todo el país.

Con este resultado, se constituyó la organización el 4 de noviembre de 1997, la cual actualmente está integrada por 68 asociaciones diversas, 44

instituciones educativas, 42 vocales, 28 miembros del Consejo Directivo y cinco miembros de la Comisión y Vigilancia, expone.

Destaca que en la república mexicana cuentan con 42 coordinadores, y el universo de promoción del congreso consiste en más de 350 mil personas de 150 instituciones afiliadas.

A la fecha, sostiene el otrora presidente de la Asociación Nacional de Padres de Familia, Fernando González, la agrupación se rige bajo el argumento de que "la sociedad debe apelar a la conciencia y a la responsabilidad de los medios de comunicación para encontrar las vías idóneas para el uso positivo y autorregulado, que evite seguir alentando la cultura de la violencia, del desorden sexual y del menosprecio a los valores de la familia".

Considera que la demanda de mejores contenidos debe estar respaldada por la sociedad, la cual debe prepararse para ser más críticos en lo que quiere ver, oír y leer. Refiere que el trabajo de la asociación está orientado a comprometer a las partes involucradas en el proceso de comunicación para que asuma una responsabilidad en el mismo.

La intención, reitera, es lograr que los medios de comunicación, en su propósito de entretener e informar al público, contribuyan también a su educación, cultura y desarrollo humano; que promuevan en ellos lo constructivo, lo digno, lo mejor de las tradiciones y costumbres, el respeto y el fomento de los valores fundamentales de la familia.

La Asociación –detalla– trabaja bajo 10 principios que rigen su actividad: el respeto a los valores y la dignidad de la persona, de la familia y de la sociedad mexicana. Entre ellos están el reconocimiento del derecho universal a la información, que implica las facultades de investigar, recibir y difundir hechos, ideas y juicios con responsabilidad ética y del espíritu positivo de una acción "basada en la voluntad de construir una sociedad más digna, más justa y más humana".

Además, considera el esfuerzo de sostener un diálogo sincero, abierto y constructivo con personas y organizaciones con puntos de vista diferentes, y la visión de largo plazo y la tenacidad necesarias para alcanzar los objetivos de la Asociación.

Otras de las líneas de acción, detalla González Garza, es la responsabilidad en todo lo que se divulgue, evitando la exageración o información infundada; la investigación, la calidad y el profesionalismo en

todo lo que se produzca en los medios, evitando la superficialidad y la improvisación; el trabajo de grupo mediante la participación y consenso en la toma de decisiones y evitando actitudes individualistas y protagónicas.

Asimismo --añade-- la eficacia en la acción, orientando el esfuerzo a lograr los mejores resultados en tiempo y forma; y la conciencia de que esta causa no es de unos cuantos, sino de toda la sociedad, "y por ello la necesidad de trabajar conjuntamente".

Estas metas, agrega González Garza, han reunido a numerosas instituciones e individuos que no comparten necesariamente opiniones en aspectos diferentes a los que se refiere la campaña A Favor de los Medios, ya que son creencias y actitudes independientes al esfuerzo. Lo anterior – aclara—significa que la Asociación representa diferentes instituciones académicas, afiliaciones políticas, creencias religiosas y grupos sociales.

Destaca que pese a que se trata de promotores o voluntarios, como los medios y la sociedad en general, es un movimiento particular y específico que sirve no a intereses particulares, sino que es una preocupación colectiva de los organismos que la integran, como es el mejoramiento de los contenidos en el medio televisivo.

Al referirse al logotipo de la campaña, explica que se trata de una imagen que semeja una pantalla o espectacular urbano, mediante el cual se exalta la grandiosidad de los medios de comunicación y su importante impacto en la cultura contemporánea. Las luces tipo reflectores resalta la leyenda "En los medios: A Favor de lo Mejor". Con este logotipo, dice, lo que se trata es de dar a entender que existen aspectos muy positivos en los contenidos de los medios de comunicación, los cuales deseamos ver en mayores espacios y difusión para fortalecer los valores mencionados.

En el Documento Base de campaña, la Asociación considera que los daños al individuo en cuanto a violencia, desorden sexual y menosprecio a los valores familiares se debe en parte a algunos programas, mensajes y anuncios de la radio, televisión, el cine y las publicaciones, "que debilitan la estructura moral de la sociedad".

"Una sociedad civilizada exige el respeto a la persona, a la sociedad y a la familia, la cual para los mexicanos es un tesoro que debemos preservar, por lo que es urgente que los medios de comunicación contribuyan a la solución de dicha problemática, de manera decisiva y con alto sentido de responsabilidad al mejoramiento en el diseño y programación de sus contenidos", sostiene.

En el texto, A Favor de lo Mejor afirma que la exposición que algunos medios hacen de los actos nos llevan a verlos como actos cotidianos sin consecuencias negativas.

Al respecto, el exprocurador General de la República, **Jorge Madrazo Cuéllar**, dijo en 1996 que "la violencia penetra en nuestros hogares y a nuestras familias alterando la convivencia y afectando los valores, las tradiciones y los cimientos de nuestra idiosincrasia. Entra sin permiso, tira la puerta, se mete por la ventana y la antena; se ubica en cualquier parte y a cualquier hora. Nuestros niños y jóvenes son presas fáciles de la confusión cuando lo bueno se identifica como agresión, con la rutina sangrienta, con la transgresión de la ley, con el abuso del poderoso, con la exaltación de lo arbitrario y con la apología del delito..." Sin embargo, esa declaración sólo se quedó en un discurso demagógico.

Ante la falta de seriedad en el cumplimiento de las promesas y compromisos de las autoridades, los grupos que integran la Asociación consideran "esencial hacer una reflexión profunda ante esta situación y sumar esfuerzos en una campaña que tiene como finalidad aportar ideas constructivas que permitan una mayor conciencia del problema y que se creen las condiciones sociales y jurídicas para contribuir al mejoramiento de la televisión, y en general de los medios de comunicación.

**Édgar González Ruiz** recuerda que dicha campaña se anunció desde el 28 de noviembre de 1996 entre los asistentes a la IX Asamblea Nacional de Pastoral Educativa, del Episcopado Mexicano, encabezada por el arzobispo de Puebla y presidente de la Comisión Episcopal de Educación y Cultura, Rosendo Huesca Pacheco y por el arzobispo Norberto Rivera Carrera.

Sostiene que "en sí, esa campaña buscaba implantar la censura, con base en una visión intolerante y absolutista que concibe una sola concepción "verdadera" de la sexualidad y un conjunto de valores "universales" con exclusión de cualquier expresión que los contradiga. Sin embargo, en su concepción y estrategia tuvo dos elementos innovadores, como es el uso de un lenguaje eufemístico que recuerda el que describe Orwell en su obra *1984*, donde los tiranos llaman verdad a la mentira y libertad a la opresión".

Abundando en manipulaciones retóricas, apunta, los promotores de esta campaña la presentaron esencialmente como una campaña "contra la violencia", pese a que buscaba también limitar los cuestionamientos a los

modelos tradicionales de la familia y de la sexualidad. "Estos trucos retóricos suponen, evidentemente, que los organizadores de esa cruzada moralista estaban conscientes de la impopularidad que en amplios sectores de la ciudadanía tiene la censura y el conservadurismo exagerado", añade.

Mucha gente les creyó de buena fe, sin tomarse el trabajo de leer el manual y otros documentos de la campaña donde claramente se enunciaban objetivos como los siguientes: para el gobierno, cumplimiento y mejoramiento de la legislación; combatir firmemente la pornografía, establecer sanciones 'onerosas' para quienes no cumplan la legislación, mayor vigilancia de los contenidos que los medios ofrecen a niños y adolescentes y la conformación de una comisión mixta para vigilar los contenidos de los medios masivos de comunicación", refiere González Ruiz.

**Édgar González** destaca en su libro "La sexualidad prohibida, intolerancia, sexismo y represión", la estrategia típica de la intolerancia de alegar que una expresión o una imagen pueden "ofender" los sentimientos de un grupo (de los católicos, se dijo) aun cuando sus miembros se abstengan de acceder a ella. Resalta que la falta de tradición de la tolerancia en México contribuye a explicar el poco interés que la sociedad y los medios otorgan a los episodios de intolerancia, como si fueran asuntos "secundarios".

Bajo los preceptos de respeto a los valores familiares, el rechazo a la violencia y al sexo explícito en las pantallas de televisión, y en general, en los medios de comunicación, actualmente participan en A Favor de lo Mejor instituciones educativas como los colegios La Salle de Seglares, Liceo Coyoacán, Ontario, Tepeyac Estrella, Simón Bolívar del Pedregal para Niñas; la Escuela de Periodismo Carlos Septiém, la Fundación Mier y Pesado, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey; las universidades Anáhuac, Cristóbal Colón, del Valle de México, Insurgentes, Intercontinental, La Salle, Panamericana, Saleciana, Simón Bolívar, Tecnológica de México y Popular Autónoma del Estado de Puebla, entre otras escuelas.

Entre las asociaciones diversas están las alianzas de Maestros y Nacional para la Moral; las asociaciones Gilberto, Mexicana de Malta, Nacional Cívica Femenina, la Cámara Nacional de Comercio (Canaco) de la Ciudad de México; el Centro de Comunicación Cristiana de Bienes, el Centro Juvenil de Capacitación Integral, la Comisión Mexicana de Derechos Humanos, la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex) y la Cruz Roja Mexicana.

Asimismo, colaboran como miembros fundadores las federaciones de Escuelas Particulares de Chihuahua, Tulancingo, Distrito Federal y del Estado de México; Fundice Fomento para la Cultura y la Educación, Grupo Editorial Santillana, Hacienda Los Morales, el Instituto Mexicano de Doctrina Social Cristiana, Lebrija Rubio Publicidad, México Unido contra la Delincuencia, Movimiento Testimonio y Esperanza, Productora y Comercializadora de Televisión.

Además, la Sociedad del Verdadero Catolicismo, la Unión Iberoamericana de Padres de Familia, la Unión Nacional de Padres de Familia (UNPF) y las Voluntarias Vicentinas.

Este "amplio" grupo de ideologías integran una asociación que se ha caracterizado entre los grupos de derecha que algunos autores como Édgar González han calificado como "intolerantes", por pretender imponer su visión "del mundo bello" a una élite muy selecta de la sociedad.

Quienes forman esta Asociación han participado en otros ámbitos como el político o el empresarial, y que apoyados por esa posición, brindan una ayuda ya sea económica, moral o de respaldo ante la sociedad a A Favor de lo Mejor, integrada en su Consejo Directivo Nacional por "personalidades" como Francisco González Garza, quien anteriormente presidió la UNPF.

De igual forma, Gerardo Mosqueda Martínez, Roberto Ramírez Macías y Héctor Larios Santillán, como vicepresidentes de la organización --éste último presidió hace algunos años el Consejo Coordinador Empresarial (CCE)--, y María de los Ángeles Álvarez Malo de Bravo, como vocal, y María Isabel Álvarez de Díaz Leal, como colaboradora "independiente".

Estas organizaciones e individuos participantes han manifestado su apoyo a retirar de las pantallas caseras cualquier programa o contenido que atente contra la moral y las buenas costumbres de los televidentes, además han rechazado enfáticamente la violencia en la pantalla chica, toda vez que constituye un detonante para la conducta violenta de quienes la consumen, en especial el sector infantil.

Al respecto, **Epigmenio Ibarra**, productor de televisión y periodista, reconoce que venimos de una televisión populista, en el sentido de dar a la gente "lo que pide", lo que significa un mínimo esfuerzo, máxima ganancia y nula calidad.

Sostiene que quienes critican y condenan que se informe sobre violencia, crimen y sexo en la televisión deberían preguntarse si su postura no los llevará a censurar obras literarias de Shakespeare o de Homero, así como las obras pictóricas que muestran estos temas.

Se defendió de ser uno de los causantes de que en la televisión aparezcan escenas y programas con este tipo de contenidos, al decir que lo ha hecho con la convicción de “desterrar de las mentes de los receptores de toda tentación violenta, de disuadir a quienes piensan que el uso de las balas y las bombas pueden traer cosas buenas”.

El creador de telenovelas como “Mirada de mujer” y “La vida en el espejo” aspira a “cobrar conciencia de los costos humanos de la guerra para que, con esa congruencia, la evitemos. No deseo que la muerte y la destrucción se frivolicen hasta a tal punto que lleguemos a acostumbrarnos a ella, pero tampoco que este tipo de hechos se escondan y que nosotros hagamos como que no existen”.

Como productor, asume que el gran desafío de la televisión mexicana no es dar la espalda a los asuntos humanos de cualquier tipo, sino abordarlos con calidad y con profundidad, con creatividad y con respeto al público: con responsabilidad. Como televidente, se enfrenta a una severa disyuntiva: “o me resigno a tener para siempre una televisión monótona, vacía, mediocre y atrasada, o cobro conciencia de mis derechos y mis deberes”.

**Poderoso caballero es don dinero: en busca del patrocinio comercial**

Para llevar a cabo una campaña nacional de esta naturaleza se requiere de lo más importante para iniciar una empresa: el dinero. Y éste no se hubiera podido conseguir si no fuera porque muchos de los “militantes” de A Favor de lo Mejor forman parte importante del sector empresarial del país, ya sea de manera directa o por parte de sus familiares o esposas.

Según una investigación realizada en México por el director de la Escuela de Comunicación de la Universidad Anáhuac, **Carlos Gómez Palacio**, la mayoría de la población ve la televisión no con fines educativos o para la adquisición de información, sino por entretenimiento.

Señala que la televisión parece ser el medio de mayor impacto entre grandes sectores de la población, especialmente entre niños menores de

tres años. De acuerdo con este estudio dado a conocer en 1999, 93 por ciento de la población infantil en México está expuesto a la televisión diariamente; de ahí, los pequeños de cuatro a 12 años ven la televisión unas 22 horas a la semana y los adolescentes de 13 a 19 pasan unas 20 semanales frente a la pantalla chica.

De igual forma, indica que los hogares mexicanos tienen en promedio dos televisores y las familias de clase media alta y alta hasta cuatro televisores por hogar. En hogares de clase media se encontró que 92 por ciento cuenta con un aparato receptor en la habitación de los padres y 55 por ciento de los hijos tiene una televisión en sus propias habitaciones.

Estas cifras y porcentajes de televidentes se convierten en minutos rating para los empresarios y productores televisivos, quienes hacen "circo, maroma y teatro" por mantener dentro del "gusto" del público sus programas.

**Fernando Rojas**, director de Promoción de la Asociación, señala que el trabajo con los anunciantes ha sido el de promover mejores contenidos en sus comerciales, que incluyan valores positivos y no sólo el consumismo. Comenta que se ha trabajado para concientizarlos de que si su producto es anunciado en horarios en los que predominan programas con este tipo de contenidos nocivos, se podría llegar a tener un concepto erróneo del producto que anuncian.

Detalla que hasta el momento cuentan con el patrocinio de marcas como Alpura, Bimbo, Procter & Gamble, La Costeña, Palmolive, Johnson & Johnson, Teléfonos de México, Seguros Comercial América, Jumex, Sabritas; tiendas de autoservicio y departamentales como Comercial Mexicana y Gigante, El Palacio de Hierro, Liverpool, Sanborns y Sears, así como instituciones bancarias como Bitá, Bancomer y Banamex.

Pero además, tienen como anunciantes empresas que sus productos no son necesariamente para el buen uso y la diversión sana de los consumidores, como son Cervecería Cuauhtémoc-Moctezuma, Cervecería Modelo, Bacardí y Compañía e Industrias Vitivinícolas Pedro Domeq. Es con ellos, advierte Fernando Rojas, con quienes se trabaja para que dejen de promocionar programas "sanos" como los partidos de fútbol y musicales.

Menciona que a la fecha se continúa el trabajo con algunos de estos anunciantes, como Procter & Gamble y Bimbo, quienes ya dejaron de patrocinar programas que de una forma u otra no tienen nada que ver con su ética publicitaria.

Al respecto, **Alejandro Galindo Acosta**, director corporativo para América Latina del Norte de Procter & Gamble, refiere que siempre hay una área gris que desgraciadamente es difícil de identificar porque hay programas que están entre lo blanco y lo negro y puede variar desde la percepción individual de cada uno de los ejecutivos de la compañía en determinar si los anuncios deberán estar o no en esos programas.

“Si la compañía decide sacar los anuncios de determinados programas, la competencia saca provecho de eso, lo cual ya depende de los códigos de ética de cada empresa..”

Galindo Acosta advierte que otro problema para seleccionar lo que se anuncia en televisión es el proceso de globalización. Ello “porque muchas empresas anuncian sus productos en muchos países con el mismo comercial sin tener en cuenta que existen diferencias de cultura, lo que en primera instancia hace que en otras naciones se tenga un concepto equivocado de lo que se está presentando. De ahí la importancia de tener principios para la colocación de *spots* en televisión y que no interfiera con ideas falsas de la realidad y respetando los valores morales fundamentales del bien y el mal, el rechazo a las adicciones y la igualdad de razas”.

Por su parte, **Sergio Montalvo**, director de Mercadeo de Bimbo, coincide en que la necesidad de lograr el mayor número de televidentes al menor costo posible lleva a los publicistas a distorsionar la actividad publicitaria y en general, los principios y dignidad de las personas que conforman su público consumidor. Lo anterior, asegura, exige vigilar no sólo el contenido de los anuncios, sino de los medios y vehículos publicitarios en que se transmiten.

En los últimos años se ha evidenciado claramente la censura que ejercen empresarios conservadores como **Lorenzo Servitje Sendra**, principal accionista del poderoso grupo Bimbo, al usar su poder económico para presionar a las empresas de comunicación y evitar que den a conocer información que considera contraria a sus “valores”.

En 1997, Servitje amenazó a una televisora con cancelar un cheque millonario por gastos de publicidad si transmitía un reportaje sobre los abusos sexuales atribuidos al fundador de los Legionarios de Cristo, Marcial Maciel. En ese año, también encabezó la campaña “En los Medios, A Favor de lo Mejor” que, mediante movilizaciones sociales y recolección de millones de firmas intentaría “mejorar” los medios de comunicación eliminando todos los contenidos “perjudiciales”.

En un acto de esa campaña, Servitje dijo tener "la suficiente influencia para que el Grupo Bimbo no se anuncie durante los programas que se consideran nocivos" y que "podría convencer a otros empresarios de que tampoco lo hagan".

Actualmente, Lorenzo Servitje --que además invitó a colaborar en la campaña a su hermano Roberto-- se ocupa en A Favor de lo Mejor como integrante del Comité de Vigilancia.

Pero no sólo los grandes empresarios participan en esta "noble" labor, sino que cualquiera que milite con las ideas de A Favor de lo Mejor puede colaborar con la promoción de respeto a los valores humanos y contra la violencia en los medios masivos. Existen tres formas de participar como asociado, y la primera es ser Asociado Activo, que son personas físicas y morales que participan con voz y voto en la Asamblea de Asociados Activos, pagando una cuota mínima de cinco mil pesos, deducible de impuestos.

Asimismo, está el Asociado Patrocinador, que al igual que los Activos, pueden intervenir de manera directa en las decisiones que tome la Asociación y sólo pagan una cuota eventual --que no precisan-- deducible de impuestos.

Finalmente, está el Asociado Simpatizante, que son personas físicas o morales que, "convencidas" de la importancia de los objetivos de la campaña, participan de alguna manera en los proyectos de la Asociación.

Quienes están interesados en promover "mejores contenidos" en la televisión y en general en los medios de comunicación, participan de una manera o de otra. La diferencia entre quienes están verdaderamente preocupados por los contenidos en los medios y quienes pretenden escalar un peldaño más en la escalera del poder económico y de influencia entre "gente de sociedad", es el dinero.

Los grandes empresarios, familiares o esposas de los industriales son quienes participan de la manera más importante en campañas de este tipo, al promover los "valores" e ideas que la "gente bien" desea implantar a los nuevos y futuros ciudadanos.

Utilizan su "influencia" para "presionar" a los patrocinadores de los programas que a su juicio dañan la salud mental de los televidentes. Con estas acciones, consciente o inconscientemente pretenden controlar y "sugerir" a la gente lo que es bueno en las pantallas chicas para las familias.

**La televisión, anfitriona de la violencia y la "inmoralidad": Primer Congreso Internacional "A Favor de lo Mejor"**

*"Los españoles no sabíamos la suerte que teníamos con la ausencia de televisiones privadas. Entonces, al menos, podíamos echar la culpa de todo --de todo-- al director general de televisión, sin duda la persona habitualmente más maldita del país. Pero con las televisiones privadas desaparece el chivo expiatorio. Sólo queda el uso frenético del mando a distancia como forma desesperada de acceder al olvido".*

*Jesús González Requena*

En el marco del Primer Congreso Internacional, realizado en abril de 1999, "especialistas" e intelectuales de diversos países manifestaron sus experiencias y conocimientos en torno a las "dificultades" por las que atraviesa la televisión en cuestión de contenidos y público.

En esa ocasión, la mayoría de los ponentes reconocieron y resaltaron la influencia de la televisión en el auditorio, sobre todo en el infantil y juvenil. De igual forma, destacaron los riesgos de los programas con contenidos específicos en la conducta de estos sectores de la sociedad.

Los dos aspectos más analizados en este congreso fueron la violencia y las escenas de sexo en las pantallas chicas, los cuales —según los ponentes— interfieren en el sano desarrollo mental y de conducta de los sectores "vulnerables".

**El "enemigo" en casa**

Gran parte de la población recrimina a los productores y dueños de las empresas televisivas el hecho de que se transmitan programas con alto contenido violento y sexual, pese a que la legislación establece horarios y clasificaciones de esos programas con el fin de proteger a la población infantil y juvenil televidente.

Esta población también demanda mejores contenidos en sus pantallas televisivas, que "eduquen y entretengan sanamente" a sus familias. Sin embargo, este cometido no se puede cumplir si se delega la responsabilidad de educar y cuidar a los hijos a la "nana electrónica", como se le ha llamado a la televisión.

Este aspecto ha sido retomado por A Favor de los Mejor y sentido como fundamento para la promoción de su campaña. Así, un mar de especialistas se ha desbordado en opiniones contra la televisión, culpándola de los grandes males morales y sociales de la actualidad.

Con el título "El enemigo en casa", la **Universidad de Guadalajara** distribuyó un video entre sus alumnos y algunos sectores de la población en el que se hace un análisis de los contenidos de la televisión y su influencia nociva en los niños y jóvenes.

En esa cinta, la casa de estudios tapatía argumenta que "si nosotros llegamos a nuestras casas y en la sala encontramos a un extraño hablándonos de sexo, con groserías y albures a nuestros hijos y enseñándoles a dar golpes y patadas, es obvio que lo vamos a sacar para impedir que siga causando daño. Entonces, ¿cómo se explica que en la misma sala tengamos una televisión que está haciendo exactamente lo mismo con nuestra familia y nosotros no la saquemos de la casa?"...

Para muchos este argumento es lógico pero, para otros, el hecho de que la televisión se encuentre en la sala, en un lugar donde está al alcance de los menores, no es algo casual. Fueron los padres de familia quienes dejan sin orientación a esos niños y jóvenes de cómo deben de ver y analizar los programas de televisión.

En el **Primer Congreso Internacional** de A Favor de lo Mejor, las declaraciones fueron variadas, pero todas encaminadas al mismo sentido: la televisión juega un papel muy importante en la formación del ser humano.

En ese evento, **Ana Azurmendi**, directora del Área de Derecho de la Información y catedrática de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Navarra, en España, señaló que es mayor la responsabilidad del periodista y de la empresa de comunicación al ofrecer un programa, espacios publicitarios, películas, servicios informativos, que la del público al recibir y aceptarlos.

Al referirse al argumento que los productores dan en torno al contenido de sus programas, expuso que "el profesional no tiene por qué dar

a la audiencia todo lo que ésta le pide cuando su demanda apunta hacia lo que habitualmente se llama morbo, pornografía y frivolidad”.

Reconoció que la sociedad actual no está muy sensibilizada ante los problemas de la publicidad engañosa de productos y servicios de consumo; “se exigen unos controles de calidad que garanticen los derechos del consumidor y pongan en el mercado un poco más al servicio del ciudadano.

Cuando los controles de calidad no estaban generalizados, incluso cuando no existían, el mercado estaba al servicio del consumidor. Ahora está mejor servido gracias a la competencia”.

En el caso de los medios de comunicación, la catedrática refirió que sólo con competencia profesional, apoyados en los “resortes” intelectuales, morales y prácticos de los profesionales de la comunicación, un periodista, un guionista, un productor “es capaz de despejar de su trabajo las salidas falsas, porque no tienen el mínimo de calidad exigible porque no tienen garras”. Para ello, propuso apoyar la profesionalización de los informadores y comunicadores, defender su derecho a la información y su reconocimiento social.

En el caso del público, la catedrática estableció que éste tiene responsabilidades como es ejercer la presión jurídica y social para que los medios de comunicación satisfagan adecuadamente sus derechos informativos y presionar a las empresas de comunicación para que autorregulen con eficacia y conforme a un mínimo de calidad.

Ante miles de estudiantes, profesores y diversos sectores de la sociedad, incluyendo el religioso que se congregaron en el Auditorio Nacional, Azurmendi consideró que en ocasiones los medios de comunicación no aceptan que su público receptor los critique cuando los propios medios se dedican a ello. “Estas críticas que se le hacen pueden ser la base para mejorar los productos informativos o de entretenimiento”.

Expuso que se ha pasado de la idea de la comunicación como libertad de expresión a la de la comunicación como derecho a la información, idea que confiere al público un papel de protagonista. “Todo profesional sabe que existen vías rápidas para ganar audiencia, pero ese camino tiene el inconveniente de que quien lo toma deja de ser un profesional de periodismo y se convierte en otra cosa”, abunda.

En el mismo Congreso, **Enrique Krauze**, escritor y ensayista, fue más allá e hizo una crítica histórica de los medios de comunicación. En su

participación en el Congreso Internacional, el historiador y productor de series documentales televisivas, consideró que actualmente el espectador tiene la posibilidad de elegir lo que ve en sus pantallas, "si la comunicación no es entretenida, el receptor reprueba al emisor con el inmenso poder de su dedo pulgar: cambia el canal o cambia de medios".

Asentó que como reflejo de los cambios globales, el antiguo entretenimiento "rosa" o sano comenzó a aparecer como demasiado inocente para las generaciones jóvenes, tal vez –consideró– como eco de la cultura de masas norteamericana e importando, de hecho, parte de su programación, los medios empezaron a exhibir tramas y escenas de violencia crecientes.

"No eran las pasiones humanas, que han existido en el teatro desde los griegos, sino las perversiones humanas, la bajeza, las expresiones de la violencia más gratuita y brutal, las que han hecho alarde en las imágenes de violencia televisivas", apuntó.

Opinó que es mejor que la libertad de crítica gane por encima de la legislación en los medios de comunicación, con el fin de que los anunciantes, productores y público hablen de la violencia, "pero no por hablar de la violencia por la violencia en un país donde el crimen se ha convertido en un hecho impune a causa de la violencia".

"La televisión, radio, cine, escritores, productores, prensa, aunque tienen una alta responsabilidad en la actitud y mentalidad colectiva, no son los únicos medios que tienen que actuar; también lo tienen que hacer los anunciantes y el público, y pasar de una posición pasiva a una activa, demandar y ejercer la crítica". Para ello -dijo el historiador-, los medios de comunicación deben ejercer la libertad de expresión de manera irrestricta y no permitir nunca que un gobierno quiera limitarla o volver a controlarla.

No obstante, apuntó, los medios de comunicación deben saber por una parte, que el modo de mejorar sus contenidos es ejercer valientemente la crítica por parte de los anunciantes y del público, y por otra, que deben apelar al sentido de responsabilidad y hasta de patriotismo de los concesionarios, para ejercer la autocrítica.

Sostuvo que los medios de comunicación deben preocuparse no solamente por el "rating", sino también por elevar la calidad estética, artística y moral en sus contenidos. "Los que tienen el deber de informar con veracidad, los que tienen el deber de entretener, pero con mayor riqueza de contenido" son los medios, abundó.

Sin embargo, resaltó que “la solución es ofrecer al público información, entretenimiento y cultura con altas dosis de exigencia y calidad. Una información verídica, libre profesional, objetiva, pertinente y crítica. Entretenimiento que no pinte de color de rosa la realidad, pero tampoco de gris ni de rojo”, asentó.

A diferencia de Krauze, el catedrático y autor de varios libros sobre la conciencia de los receptores, **Guillermo Orozco**, aseguró que no hay alternativas informativas en la televisión, “por lo que es muy relativo que los televidentes tengamos la libertad de escoger , porque es como la libertad que tenemos los consumidores en el supermercado: hay muchas marcas pero más o menos es el mismo producto”. Señaló que aunque tenemos anuncios espectaculares, luminosos, canales de cable, lo que tenemos en realidad no son más opciones, sino un poco más de lo mismo”.

“La mayoría de esta programación está empaquetada en el mismo modelo televisivo que enfatiza la espectacularización, lo dramático, que trata de atrapar al televidente, que bombardea al televidente sin darle tiempo a pensar, que lo acribilla con imágenes, de sonido y que nos provoca que estemos en ese 'zapping', moviéndonos de un canal a otro”, reiteró.

Sostuvo que la televisión tiene un límite, el cual lo marcan los televidentes. “Si no nos asumimos como audiencia activa, interactiva y crítica, la influencia de la televisión va a ser más grande”, enfatizó.

En ese contexto, propuso “jugar” con la televisión: seleccionar la programación para niños, adolescentes y adultos; analizar y contabilizar lo que vemos y clasificar los programas; es decir, verlo de una manera didáctica para “sacarle el mayor provecho al contenido de la televisión”.

**Guillermo Salas Vargas**, vicepresidente Ejecutivo de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), sustentó su ponencia diciendo que la modificación y la proliferación de los ordenamientos legales en materia de contenidos en los medios no es la solución para mejorar los contenidos programáticos, toda vez que -abundó- primero se requiere hacer un análisis de su contenido.

A su vez, **Claude Doucet**, integrante de la Cámara de Radio, Televisión y Telecomunicaciones de Canadá, indicó en ese mismo evento que los medios de comunicación establecen y reflejan los valores de la sociedad. “En ocasiones, el debate sobre la violencia tiende a ser agresivo, polarizado e infructuoso y un conflicto entre quienes apoyan la difusión sin

violencia y los que favorecen la libertad de expresión sin ningún tipo de restricciones”.

Al respecto, **María Elena Hermosilla**, periodista e investigadora en Comunicación Social y Recepción de Chile, mencionó que el correcto funcionamiento de los medios de comunicación es definido como el permanente respeto de la programación televisiva, a los valores morales y culturales propios de la nación, a la dignidad de las personas, a la protección de la familia, al pluralismo, a la paz, a la protección del medio ambiente, a la formación espiritual e intelectual de la niñez y de la juventud.

En relación a ello, **Giovanni Sartori**, en su libro, “*Hommo Videns, la sociedad teledirigida*”, señala que para el video-niño, el mundo es el que ven a diferencia del conocimiento que es abstracto porque no lo podemos ver. El niño vive en el mundo de los sentidos, de las cosas que él puede ver.

Destaca que desde los tres años de edad, el individuo ve la televisión, lo cual sigue haciendo el resto de su vida y por lo tanto, sigue siendo un video-niño mentalmente, lo que después repercute en la manera en que se relaciona con la sociedad.

Plantea que para entender los programas tienen que ser explicados por alguien. La televisión comercial y hasta la televisión pública se mide por los ratings, lo que deriva en que el productor o las televisoras no trabajen por y para su audiencia, sino por y para ganar anunciantes.

El psicoanalista sostiene que si bien es cierto que la televisión privada tiene que sostenerse de los anunciantes, lo que se debe reestructurar es la forma de medir la audiencia. “No hay por qué tener estadísticas globales, cuando lo que se necesita son estadísticas estratificadas y medidas por nivel educativo, por edad, por sexo, etcétera. Y entonces nos daremos cuenta de que cierto programa tiene un cinco por ciento de audiencia, pero está compuesto por personas inteligentes, que resulta más importante hasta para el anunciante que tiene el 29 por ciento de analfabetas”.

La *crónica canina*, como llama Sartori a los programas de nota roja, es un asunto de la televisión que se debe pensar cuidadosamente. “Estamos cubiertos por la maquinaria de las noticias, leyendo el periódico en la televisión la gente no piensa”.

En su participación en el Congreso Internacional, Giovanni Sartori destacó que donde no existe una televisoras pública, se recomienda ver al público de manera estratificada; se puede discutir si se les tiene que servir a

todos por igual o si iletrados tienen que tener programas para iletrados, "pero no vamos a transformar a personas cultas en iletrados, que es lo que está haciendo la televisión".

**Los programas "transgresores" de la conducta moral y social, según "A Favor de lo Mejor"... los "talk shows"**

Pese a que A Favor de lo Mejor se ha pronunciado en muchas ocasiones y desde varios años por retirar del aire programas que "violentan" y "confunden" a los espectadores porque transmiten escenas de conflictos y faltan al respeto a los valores morales de la sociedad, tampoco ha precisado los programas que a su consideración "transgreden" los valores universales y esenciales de la humanidad. Asimismo, A Favor de lo Mejor ha criticado duramente programas como Duro y Directo, Fuera de la Ley, A Sangre Fría, Ciudad Desnuda, por sus notas informativas con alto contenido violento.

Recientemente y con la aparición de "nuevos programas" en ambas empresas televisoras que resaltan los dramas familiares que en lugar de proponer una solución a los conflictos, alientan a sus integrantes a la discusión, a la pelea y a la discordia, azuzados por las propias conductoras de los programas, A Favor de lo Mejor tomó un nuevo aire para continuar con su actividad.

Programas como "Martha Susana", "Laura en América", "Hasta en las mejores familias", del Canal de las Estrellas, y "Cosas de la Vida", de la televisora del Ajusco, resultan ser intento "a la mexicana" de la serie "Cristina", que en comparación, la serie de la conductora cubana es una muestra de decencia y buen gusto.

Con sus pronunciamientos en contra de estos programas, A Favor de lo Mejor ha regresado a escena y logrado captar más simpatizantes, bajo el pretexto de que la sociedad no debe ver estos programas porque atentan contra las buenas costumbres y la moral del individuo.

El propio presidente de A Favor de lo Mejor, **Francisco González Garza**, ha rechazado en varias ocasiones dar nombres de estos programas, porque, argumenta, "la sociedad conoce de sobra cuáles son los programas que atacan los valores fundamentales del ser humano".

Asimismo, **Olivia Orellana**, directora de Conciencia Crítica de la Asociación, deja esa responsabilidad a los propios espectadores, porque

-asume- "la gente tiene la suficiente madurez como para saber de qué programas estamos hablando".

Y es cierto, como los espectadores conocen a detalle la forma y contenido de estos programas, identifican perfectamente el programa del que se está hablando, sólo que la Asociación no precisa nombres para no verse ante la sociedad como quien pretende coartar la libertad de expresión.

A principios de junio del 2000 comenzó nuevamente la "defensa" contra los programas "inmorales" y el 16 de ese mes, la **Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH)** pidió al gobierno federal la reclasificación y modificación de los horarios de transmisión de varios programas televisivos del género denominado *talk shows*.

En esa fecha, el presidente de la CNDH, **José Luis Soberanes**, dio cuenta de haber enviado a la Secretaría de Gobernación una carta en la que se asienta el reclamo de padres de familia, representaciones de agrupaciones civiles –entre ellas A Favor de lo Mejor- e integrantes de diferentes sectores de la sociedad en torno a estos programas que "tienen gran impacto en la teleaudiencia eminentemente infantil".

En un boletín, el ombudsman informa que pidió a la instancia encargada de la política interior del país "realizar las gestiones necesarias con la finalidad de que los programas de dicho género sean clasificados adecuadamente, y en consecuencia, transmitidos en horarios para adultos de acuerdo a sus contenidos".

La petición del ombudsman nacional se basa en las facultades de coordinación y vigilancia sobre los medios de comunicación que la Ley Federal de Radio y Televisión y su reglamento atribuyen a la Secretaría de Gobernación.

Asimismo, la CNDH apeló a los artículos 43 de la Ley para la Protección de los Derechos de los Niños, Niñas y Adolescentes, y al 17 de la Convención para los Derechos del Niño de la Organización de las Naciones Unidas, suscrita y ratificada por México, así como a los artículos 5 y 59 de la Ley Federal de Radio y Televisión, la cual establece que entre las funciones sociales de los medios de comunicación están "evitar aquellas influencias que puedan ser nocivas o perturbadoras del desarrollo armónico de la niñez y la juventud".

En ese sentido, un mes después, el 19 de julio, los representantes de las dos principales cadenas de televisión del país se comprometieron ante la Secretaría de Gobernación a plantear una propuesta para dar solución al problema de los *talk shows*.

Luego de una reunión con representantes de estos medios, el subsecretario de Gobierno de la dependencia, **Dionisio Pérez Jácome**, coincidió con la preocupación de la población en general sobre los contenidos de estos programas, los cuales dañan "indudablemente la formación de nuestra niñez".

Destacó que el asunto de los *talk shows* es una preocupación del Congreso de la Unión y de la CNDH, por lo que en cuanto a los contenidos, resaltó que "mientras no transgredan los principios elementales que pudieran afectar la moral pública o las buenas costumbres, este tipo de temas, por escabrosos que parecen, están sujetos al criterio, a la sana consideración de la sociedad". Lo preocupante, abundó, es que se transmiten en horarios que afecta a quienes no tienen todavía la madurez para tomar esos juicios.

El funcionario federal subrayó que "simplemente nuestra preocupación es en función de ese segmento muy importante de la población mexicana, que son los niños, que pasan muchas horas sentados frente a la televisión y que en algunos casos, en horarios que son habituales para su presencia ante el televisor, pueden recibir este tipo de mensajes para el que aún no está preparado".

No obstante, sostuvo que el mexicano está preparado definitivamente para recibir de todos los medios cualquier mensaje, pero no así los niños, que no ha llegado a su madurez; aunque aseguró que "si los programas se transmitieran más tarde, el que los menores pudieran verlos dependería de sus padres",

En este marco, el 21 de julio del 2000, el presidente de la A Favor de lo Mejor hizo un pronunciamiento a nombre de padres de familia, maestros y diversas instituciones y público en general, para que los *talk shows* salieran del aire, "porque denigran a las personas, a la familia, a la sociedad, con el pretexto de divertir lo hacen con la miseria humana (sic)".

En conferencia de prensa, aseguró que el mensaje de estos programas es de desastre, conflicto y disfunción, incitan a la violencia, son morbosos y no ayudan a la educación ni a la formación de la sociedad.

Pidió a las televisoras "desaparezcan" esos programas y a las autoridades solicitó que no sólo cambien de horario la programación, sino que revisen su contenido.

Pese a que la Asociación ha sostenido reuniones con las televisoras para buscar una solución a este problema mediante la revisión de sus contenidos, lo más que han logrado es que cambien de horario algunos programas.

El 26 de julio del 2000, especialistas en la materia opinaron que son a los niños a quienes se debe proteger de los "programas de páneles". En la mesa redonda titulada "Los *talk shows*: impacto en la sociedad", organizado por la **Comisión de Equidad y Género de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal (ALDF)**, los asistentes coincidieron en que debe ser la sociedad la que obligue al cumplimiento de las normas respecto a este tipo de programas.

Al respecto, la presidenta de la Comisión Especial de Grupo Vulnerables de la ALDF, **María Angélica Luna Parra**, propuso que los medios informativos cuenten con "consejeros ciudadanos editoriales" para que los diversos sectores de la población opinen sobre el contenido, formato y horarios y otros aspectos de la programación de la televisión abierta, para así conformar un sistema de regulación de la sociedad y análisis de contenidos.

La presidenta de la Comisión Organizadora, **Lucero Márquez Franco**, explicó que 90 por ciento de la población, en su mayoría niños y jóvenes, son quienes estadísticamente han tenido mayor acceso a los programas en cuestión.

A su vez, la directora del programa "Diálogos en Confianza", del Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional (IPN), **María Eugenia Támez**, precisó que en esas emisiones el contenido no es el problema, sino el tratamiento que se da, pues de manera inadecuada provoca el morbo e influye en pequeños y adultos.

Pese a que Carmen Salinas y Rocío Sánchez Azuara, conductoras de los dos programas más vistos en este género, fueron invitadas a participar en este foro, las "comunicadoras" no asistieron. No obstante, los ponentes coincidieron en que quienes deben participar en eventos de esta naturaleza son los directores editoriales o de programación, o quienes determinan horarios y contenidos.

En ese marco, el 30 de julio del 2000, A Favor de lo Mejor emitió un comunicado en el que advierten el peligro que representan los *talk shows*, donde se manejan casos de personas "de manera irresponsable para la salud mental y el desarrollo integral de los niños".

En el documento, **Olivia Núñez**, directora de Conciencia Crítica, asegura que esos programas fomentan la violencia, explotan el morbo, lo vulgar, la violación de la intimidad y aprovechan los conflictos sociales para entretener y lucrar con ellos. Asevera que los también llamados "programas de la realidad" no contribuyen a la sana formación de la niñez ni fomentan el respeto de los derechos humanos y la libertad.

Como asociación, reitera su petición para que las autoridades retiren la transmisión de esos programas, "toda vez que no aportan los valores humanos que la sociedad requiere".

En ese documento, el presidente de A Favor de lo Mejor califica de "cínica" la respuesta que dan las empresas televisoras cuando argumentan que si la programación no es del agrado del teleauditorio, éste puede cambiar de señal. Sin embargo, dice que "afortunadamente" mantienen contacto y buena aceptación con los patrocinadores de esos programas para hacerles conciencia de la necesidad de no anunciar sus productos durante ese espacio.

En conferencia de prensa conjunta, el presidente de Asociación A Favor de lo Mejor, **Francisco González Garza**; el presidente de la Asociación Nacional de Padres de Familia, **José Luis Pérez Bautista**; la representante de la Comisión Nacional de la Mujer, **Guadalupe Gómez Maganda**, y el representante de Comunicación de la Unicef, **Rafael Enríquez Lizaola**, dieron a conocer acciones concretas para que desaparezcan de las pantallas televisivas los programas que "denigran y desorientan a la sociedad".

En ese evento, realizado el 1 de agosto del 2000, González Garza indicó que dado que en el país existen más de 40 millones de niñas y niños menores de 18 años y que el gobierno se comprometió a cumplir con las disposiciones establecidas en la Convención de los Derechos de la Niñez, que garantizan a los pequeños una vida digna y plena, no es suficiente que los programas televisivos conocidos como *talk shows* sean cambiados de horario, sino que deben ser retirados del aire.

Agregó que no es necesario reformar la ley vigente en materia de medios de información ni pretender coartar la libertad de expresión, sino

ceñirse a diversos acuerdos internacionales suscritos, los cuales tienen fuerza de ley, para prohibirlos, ya que es evidente que son el "nuevo circo romano" en el que la dignidad humana se violenta continuamente.

Al respecto, **Rafael Enríquez Lizaola**, oficial de comunicación del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) manifestó que el artículo 17 de dicha convención establece que "es obligación de los Estados alentar a los medios de comunicación a difundir información y materiales de interés social y cultural para el niño, así como promover la elaboración de directivas apropiadas para proteger al infante contra toda información y material perjudicial para su bienestar".

Por su parte, **Guadalupe Gómez Maganda**, coordinadora general de la Comisión Nacional de la Mujer, refirió que la Ley para la Protección de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes, vigente desde el 29 de mayo del 2000, establece en su artículo 43 que las autoridades federales "procurarán verificar" que se cumplan los objetivos de la convención en lo que refiere a la difusión de materiales que orienten a los menores en el ejercicio de sus derechos, así como que los medios eviten la difusión de información en horarios de clasificación "A", en los que se promuevan la violencia o se haga apología del delito y la ausencia de valores, entre otros.

Agregó que los *talk shows* también violentan instrumentos legales internacionales relativos a las mujeres y citó la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en diciembre de 1979 y ratificada por el Senado mexicano en 1981. En ella se establece que las mujeres disfrutarán de igualdad de condiciones en todos los asuntos relacionados con el matrimonio y las relaciones familiares.

También, en la Convención Internacional para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer o Convención de Belem do Pará aprobada en Brasil en junio de 1994 y ratificada por la Cámara alta mexicana en 1996 se garantiza a las mujeres una vida libre de violencia tanto en el ámbito público como en el privado. Se plantea el respeto a su dignidad y la protección de su familia, desechando el diseño de programas de educación no formales que contrasten prejuicios y costumbres y otro tipo de supuestos que se basen en la superioridad de cualquiera de los géneros o en papeles estereotipados de hombres y mujeres.

En virtud de lo anterior, González Garza dijo que las dos mil 430 organizaciones que conforman A Favor de lo Mejor, entre ellas la Asociación de Padres de Familia, esperan que la Secretaría de Gobernación cancele

los *talk shows*, porque promueven en forma "irresponsable" la violencia, explotan el morbo y la vulgaridad, además de violar la intimidad. "Es sabido que muchas veces los temas expuestos son simulados, lo que agrega un argumento extra para prohibirlos, pues sólo constituyen dramatizaciones de las ocurrencias de los productores", abundó.

Aclaró que la organización A Favor de lo Mejor no se rige por criterios moralistas ni promueve la hipocresía, intentando ocultar situaciones que muchas veces ocurren en la vida real, pero consideró que exhibir ciertas circunstancias no ayuda a formar el criterio de los menores.

A esta acción, el periodista **Ricardo Medina Macías** la denomina censura y precisa que "en contra de la competencia en la televisión, hoy se erige el fantasma de la censura, disfrazado de cruzada a favor del buen gusto, de la moral y de las buenas costumbres".

Sostiene que "si algo hermana a los extremistas de izquierda y derecha es su desconfianza hacia la libertad soberana de los ciudadanos y consumidores".

Recuerda que generaciones de mexicanos han sido intoxicadas con toda esa retórica promotora de la incompetencia. Durante el aciago gobierno de Luis Echeverría se pusieron en circulación los más variados y seductores argumentos para restringir la libertad de los ciudadanos y consumidores".

El colaborador en el diario *El Economista* refiere que Echeverría lo mismo hizo abortar la competencia en la televisión privada, para regocijo de ese negociante promotor de los monopolios que fue Emilio Azcárraga Milmo, que impedir la libre circulación de ideas, tecnologías y procedimientos arguyendo que tenían un maligno origen extranjero.

Subraya que las ideas sembradas en ese entonces siguen arraigadas en la opinión pública y añade que "en el colmo de la manipulación política, Echeverría promovió la defensa del consumidor pero no por los mismos consumidores, sino a través de onerosos organismos gubernamentales. Toda una definición: los consumidores son tan estúpidos que hay que protegerlos de sí mismos".

Bajo esa línea, manifiesta que el revuelo inducido alrededor de los programas de televisión *talk shows* sigue el mismo mecanismo: "millones de mexicanos, se nos dice, deben ser retrasados mentales al ver en la televisión tales 'engendros'".

Expresa su indiferencia si dichos programas desaparecen de la pantalla casera, pero advierte que ello sienta un "pésimo" antecedente de censura y que hay un profundo desprecio de las elites por las costumbres, gustos, aficiones de la masa.

Cuestiona la dificultad de detectar que esta embestida es una maniobra bien montada por Televisa, que prostituyó el género de los "talk shows" hasta el extremo, con el único fin de desplazar del aire un programa de la competencia -Televisión Azteca- que le quitaba mercado.

Al respecto, el productor cubano **Federico Wilkins** negó que sus programas falten el respeto al individuo y aseguró que entre los límites que él se impone para la realización de cualquier serie televisiva parten de los "cimientos" de que no se le pega a una mujer, no fomento del incesto, no aceptación del aborto como una medida anticonceptiva, no el fomento del suicidio como una solución, los cuales -aseguró- son valores que están en correspondencia con el sentido común del individuo.

A la entrevista que CNI Canal 40 le realizó al productor "polémico de la televisión" el 30 de julio del 2000, asistió la especialista en medios, Fátima Fernández, quien durante todo el programa trató de debatir con Wilkins en torno al argumento que dan los medios de comunicación en el sentido de que a la gente se le da lo que pida. La periodista calificó de absurda esta señalización y ejemplificó diciendo que "es cierto que el mexicano está acostumbrado a comer chile, tortillas y frijoles y que su estómago está habituado a ese tipo de comida, pero que si se le empieza a dar carne y verduras, comenzará a pedir también ese tipo de alimentos". Aseguró que lo mismo pasa con los programas de televisión.

En contraparte, Federico Wilkins consideró que no se le debe dar poderes absolutos a la televisión, toda vez que los criterios y valores del individuo se forman en relación directa y no reconociendo a los medios como intermediarios, mediante la familia y los criterios de los amigos y de las experiencias en la calle.

"No le demos a la televisión los poderes del Estado. El fomento de la educación, la instrucción básica de las personas dependen en primer término, de las condiciones económicas de muchas personas que no terminan sus estudios, esto tiene que ver con los niveles de vida de esa familia, no de la televisión", reiteró. En relación con el rating, aseguró que lo que hace que la gente vea un programa es el espectáculo y el morbo.

Respecto de la función de "embrutecimiento" como le llama **Marcelino Perelló** a este tipo de programas, el productor de telenovelas y programas como "Duro y Directo" y "Fuera de la Ley" se defendió y dijo que con esta frase se subestima a los espectadores.

A su vez, Fátima Fernández dijo que si un medio llega a millones, aunque sea en el género de entretenimiento, se debe exigir más, porque existe mayor responsabilidad y calidad en sus contenidos.

Wilkins reconoció que existe responsabilidad, porque a diferencia del cine, el espectador de televisión tiene tiempo para pensar en otras cosas mientras ve la pantalla, la cual –aseguró– puede apagar en cualquier momento, porque para eso tiene el poder absoluto.

"Se me hace hipócrita darle esos valores a la televisión, creer que la televisión va a resolverle la vida al televidente, y siempre me ha molestado el hecho de que otras personas suban un escalón para decir lo que la gente debe ver o no", sostuvo.

Con relación a estos programas, Marcelino Perelló opinó que "Laura en América", "Cosas de la Vida" y "Hasta en las mejores familias" son una "verdadera parodia de mal gusto, de vulgaridad, de chabacanería, pero la televisión es eso".

De igual forma, Fátima Fernández dijo que aunque este tipo de programas ya se transmitían, incluso con temas más delicados como fue la boda entre una pareja gay en la serie "Cristina", lo que molestó a la gente y a la prensa fue que el domingo 4 de junio del 2000, en el periódico aparecen fotos de un show, de los que abordan "temas sociales", en el que sale a cuadro un "enano" burlándose de quienes presentan sus problemas.

Expuso que no se puede dejar toda la responsabilidad al Estado o a los dueños de las televisoras, cuando es la sociedad la que tiene que asumir este compromiso y la cuestión en la televisión de México es subirle "tantito" a la calidad de sus producciones.

Así, Wilkins se dijo "tremendamente orgulloso" de "Hasta en las mejores familia" y aseguró que este programa será lo más recordado de su carrera como productor televisivo.

Todo esto ha derivado en la polémica a la permanencia al aire de estos programas. En ese sentido, **Gabino Cué**, subsecretario de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, afirma que no ha sido la

posición de esta dependencia ni de la administración federal censurar programas o noticia alguna, pero cuando se observan algunos programas que se salen de los límites de la ley, "la obligación de la autoridad es tratar de que esos programas se circunscriban a ese marco legal".

Marcelino Perelló señaló que para solucionar este problema existe el libre albedrío, "hay el uso de la libertad de abstenerse de mirar el programa y de hacerlos".

Asimismo, la analista política **Ikram Antaki** sostuvo que primero se hace una selección de esos programas y "no todo pasa, la tragedia humana existe y lo sabemos, hay que tener el criterio de pasar y no pasar aquello. Que esto se llama censura, por supuesto, los humanos ponemos fronteras y se trata de criterio, el criterio es censura".

Fátima Fernández concluyó al decir que el problema debe ser resuelto entre el Estado, los dueños de las televisoras, los productores y conductores y sobre todo con la participación del público, que aunque no tiene muchas opciones en televisión, sí tiene el derecho de tener al alcance programas de calidad.

Por su parte, al referirse a la libertad de expresión, el director de Programación de Canal 40, **Héctor Abadie**, considera que el debate sobre este tema permite que se transmitan ese tipo de programaciones, que son "verdaderamente aberrantes".

En cuanto a la actualidad de las leyes, asegura que mientras no existan o se aprueben reformas, lo único que queda es respetar las normas existentes. "Nadie les dice que no hagan el horror que hacen, nada más que para eso hay días y horarios", sentencia.

Asienta que además de cambiar la percepción de la televisión, también se requiere que los publicistas modifiquen las formas de patrocinar sus productos.

Pero algunos consideran que las acciones de querer controlar las costumbres de una sociedad van a tomar un arraigo entre la propia gente debido a la cercanía de los grupos de derecha con el próximo gobierno federal.

El investigador de la División de Estudios Políticos del Centro de Investigaciones Económicas, **José Antonio Aguilar Rivera**, menciona que el PAN, desde su fundación, dio cobijo ideológico y político a grupos

recalcitrantes que no tienen nada de liberales como Provida y añade que la existencia de esos grupos dentro del Partido Acción Nacional (PAN) "no es una anomalía: son sus hijos legítimos, aunque tal vez no sean los más presentables en la sociedad. Por eso jamás han sido formalmente expulsados del seno del instituto político. La hora del banquete ha llegado para ellos".

Cuestiona las bases ideológicas de algunas organizaciones como las que describe el también profesor del CIDE y sostiene que la moral es un árbol que crece en el terruño y que resiente la intromisión de "influencias" externas que tienden a corromper las buenas costumbres. "A través de la democracia local, ahora esa sociedad puede hacerse escuchar e imponer sus valores. Muchas de las medidas de intolerancia y censura parecen contar con un verdadero apoyo popular", reitera.

Puntualiza que la censura y la intolerancia a menudo son el producto de decisiones administrativas locales, que cada comunidad, ciudad o estado decide qué actos, imágenes o expresiones considera obscenos; la hora del cierre de bares, los permisos a los *table dance*, las palabras que se pueden decir en radio y la televisión, son decisiones administrativas legítimas y en ocasiones –agrega– reflejan la existencia de un consenso social, que puede gustarnos o no.

No obstante este cúmulo de posiciones y por ende, de propuestas, hoy los ciudadanos se encuentran inermes frente a las acciones arbitrarias de gobiernos locales que conculcan sus libertades en nombre de las buenas costumbres y la moral. Para hacer efectiva una política de tolerancia se involucra, paradójicamente, la intolerancia hacia los intolerantes.

Y mientras los patrocinadores dan el apoyo para que un programa cuente con horarios preferenciales y de alto rating televisivo, empresas como Televisión Azteca, que además es poseedora de tiendas como Salinas y Rocha, Elektra, The One, Biper y Unefon, entre otras, no tienen ninguna necesidad de buscar patrocinadores externos para apoyar su programación, toda vez que por ejemplo "Cosas de la vida" subsiste gracias a quienes por cualquier razón ven el programa, pero además de la publicidad de la propia televisora.

**Carmen Salinas**, conductora de "Hasta en las mejores familias", salió a la defensa de estos programas y sostuvo que los *talk shows* no generan violencia y que quienes se oponen a la transmisión son "grupitos" que se reflejan en los temas abordados.

Con relación al rechazo por parte de organizaciones no gubernamentales y de la Iglesia Católica a este tipo de programas, sostiene que les debería espantar ver en la prensa “a gente hecha picadillo y no a unas personas que se dan unas cuantas cachetadas en un estudio de televisión”.

Asegura que no le preocupa el destino que pudiera tener este tipo de emisiones y añade que “si los quieren quitar, que los quiten; si los quieren cambiar de horario, que los cambien; me da lo mismo. No puedo normar el criterio de millones de mexicanos que sí les gusta el programa, y la prueba está en el rating. Además, la misma gente tiene la solución: apagar la televisión o cambiar de canal”, sentencia.

Expone que tampoco le preocupa que los menores de edad vean su emisión, ya que peores cosas ven en la calle, en los noticieros o en la sección metropolitana de un periódico.

A su vez, **Talina Fernández**, otra de las conductoras de “Hasta en las mejores familias”, afirma que este programa no es un talk show sino un “top show”, donde el público experimenta una sensación de catarsis y “con lo único que se puede comparar es con la lucha libre. Desde que entran los rudos y los técnicos te la pasas muy entretenida y apuesto que el que va a las luchas no piensa cómo hacer para que la vecina no le cuelgue la ropa en su tendedero”.

Agrega que “se logra ridiculizar el gasto de energía, razón y emoción que tenemos en cosas cotidianas absolutamente solucionables. Este programa provoca risa y rabia, pero te ves a ti mismo y te das cuenta de que así no quieres ser, que tus prioridades son otras”.

El sábado 2 de septiembre del 2000, la **Asociación Nacional de Padres de Familia (ANPF)** colocó sendas mantas en los puentes que se ubican frente a las dos televisoras más importantes. Frente a la televisora del Ajusco, la pancarta decía “Si en tu casa los *talk shows* no se festejan, toca el claxon frente a TV Azteca”, mientras que en la empresa de los Azcárraga la consigna clamaba “Si en tu casa los *talk shows* no tienen vista, toca el claxon frente a Televisa”, así como “México merece una televisión de calidad, cambia de canal” y “El que no aporta solución, forma parte del problema”.

Este llamado, según los periodistas que cubrieron la nota, tuvo buena aceptación entre los automovilistas, quienes aprovecharon la ocasión para hacer sonar sus bocinas y con ello manifestar su “inconformidad” por la

transmisión de estas series, “que todos critican y pero que todos ven”, sentenciaba un taxista al pasar por debajo del puente frente al Canal de las Estrellas.

El periodista de espectáculos **Roberto Rondero** asegura que como conductas instintivas, la violencia y la agresividad pueden ser también impulsos provocados. Define que “una forma de ejercicio del poder mediante el empleo de la fuerza, sea física, psicológica, económica o política, la violencia es sinónimo de abuso de poder, en tanto que el poder es utilizado para ocasionar daño a otra persona”.

En el caso de los *talk shows*, el creador de la columna “La Telera”, en el diario El Universal, se pronunció por ejercer una responsabilidad social cada día más olvidada por los intereses de concesionarios, patrocinadores, productores y conductores, éstos últimos “simples autómatas que obedecen órdenes en aras de no salir del aire y tener sus cinco minutos de fama”.

Destaca que el productor de “Hasta en las mejores familias”, cuyas prácticas televisivas “jamás las hubiera planteado siquiera en su Cuba del alma, a expensas de ser devorado por los tiburones”, ha encontrado un terreno fértil en México para producir a entera satisfacción de sus jefes, una “telera” que no merecemos, que no necesitamos, porque –apunta- ya no somos en esta sociedad plural menores de edad. Añade que “vivimos ante un desfile de imágenes de violencia, una violencia serializada. Al trivializarse, la violencia se desacraliza”.

Es complicado descifrar si las manifestaciones en contra de este tipo de programas deriva de la presión que ejercen asociaciones de padres de familia, profesores, estudiantes o como A Favor de lo Mejor, quienes han realizado acciones para hacer saber a los medios de comunicación del “rechazo de la sociedad” a estas series.

El viernes 8 de septiembre del 2000 concluyó sus transmisiones del *talk show* “**Martha Susana**”, debido a “falta de anunciantes”, según justificó el productor Alexis Núñez.

Al respecto, la conductora del programa que llevaba su nombre reconoce que “no es que los programas sirvan o que el producto sea malo, pues por lo general salen del aire por cansancio o porque no tienen rating, pero en este caso no fue ninguna de las dos”.

Subrayó que la única razón por la que su programa salió del aire “es por la comercialización del programa; esta campaña de los anunciantes

para no apoyar a los *talk shows* que se presentan con un concepto totalmente diferente a los demás” y reconoció que la polémica desatada en torno a estos programas también afectó la conclusión de su serie.

Reitera su rechazo a que la salida de “Martha Susana” se deba a los bajos ratings, no obstante que la entrada de “Hasta en las mejores familias” y “Cosas de la vida” afectaron directamente su programa porque “fueron más subidos de tono, incluso caricaturescos” y porque los golpes y las ofensas graves comenzaron a funcionar y “barrieron con todo”.

Asevera que el hecho de que “Martha Susana” termine sus transmisiones y salga del aire no significa que sea el principio del fin para los *talk shows*, porque la gente los sigue viendo y los comerciantes se seguirán anunciando y comprando espacios en las televisoras.

Llegó el momento en que el auge de este tipo de series fue tan alto, que la sociedad en general habla de la salida o permanencia de los “*reality shows*”, como se les denomina en Estados Unidos. Así, hasta diarios como Reforma hicieron un llamado a sus lectores para que opinaran respecto a estas series.

Mientras algunos de sus lectores manifestaron su inconformidad por la transmisión de los *talk shows* bajo los argumentos de que estos programas “exaltan las bajas pasiones en forma espectacular con el único fin de acaparar audiencias, pasando por quien se deje y no se queje”, otros alabaron a quienes con “humildad” se presentan en escena para exponer los problemas propios, y no los de miles de televidentes agazapados en las salas de televisión”. Unos más deslindaron a la televisión de la responsabilidad de sus contenidos pues “evitar que los niños reciban mensajes nocivos sería como tapanles los ojos y encerrarlos en un cuarto sin tener contacto con el exterior, pues es obligación de los padres de familia encausar los mensajes que reciben sus hijos”.

El martes 12 de septiembre del 2000, la Cámara de Diputados recibió una propuesta de la bancada del partido Convergencia por la Democracia para que el órgano legislativo intervenga y se logre que los *talk shows* dejen de transmitirse en horas de la tarde, a fin de contribuir a la disminución, en horarios infantiles, la proliferación del “*síndrome de fecalismo visual*”.

Pareciera ser que las campañas de la Asociación han surtido efecto, toda vez que los publicistas han dejado de promocionar sus productos en los *talk shows*, De acuerdo con el diario Reforma, debido a que la mayoría de estos programas sólo buscan el sensacionalismo y el morbo, sin importar el

daño moral que causen, Grupo Bimbo retiró los anuncios comerciales de sus productos en los espacios donde se transmiten programas como "Hasta en las mejores familias" o "Cosas de la vida", por considerar que se contraponen con su filosofía.

Al respecto, Lorenzo Servitje asegura que han tenido dificultades en encontrar espacios de difusión idóneos para sus anuncios, debido a que consideran que además de los *talk shows*, hay telenovelas que contienen elementos visuales opuestos a los valores de Bimbo, por lo que afirma, la empresa ha tenido que anunciarse en programas deportivos.

Y aunque los anunciantes son los que aportan la mayor parte del presupuesto para que un programa se sostenga al aire, Servitje señala que las televisoras no han mostrado preocupación ante la posibilidad de perder a sus inversionistas y agrega que si las empresas de comunicación se pusieran de acuerdo en sus políticas acerca de las normas básicas de ética y moral que deberían regir sus contenidos, habría mejor programación. Sin embargo, lamenta, tienen la presión del rating y es muy fácil conseguirlo con sensacionalismo, que es "un recurso muy barato".

Pero no sólo Bimbo ha retirado su publicidad de algunos espacios televisivos. Otros de los productos que ya no se anuncian de las 15:00 a las 18:00 horas en el canal 9 de Televisa, y de las 16:00 a las 17:00 horas en el canal 13 de Televisión Azteca son Tortillinas Tía Rosa, Pastelitos Marinela y Ricolino, porque consideran que estos programas y sus contenidos engañan a la gente.

En ese sentido, Federico Wilkins asegura que el hecho de que algunos de los panelistas cuenten historias que ni siquiera han sufrido no significa que el equipo de producción de "Hasta en las mejores familias" engañe a los televidentes.

La gente -abunda el productor de la serie- se da cuenta perfectamente de que el *talk show* es una mezcla de realidad y fantasía. "El público es inteligente, no es una masa huérfana y acéfala, es gente adulta que tiene una relación y educación de 50 años de complicidad con la televisión, no se le puede engañar", subraya.

El hecho es que, si bien es cierto que el público tiene una relación estrecha con la televisión, también lo es que la televisión ha sufrido cambios tecnológicos, de contenidos, así como en la forma en que se dirige a los televidentes.

Una muestra de ello es que cada vez más se subestima al televidente con contenidos que se fueron “elevando de tono” gradualmente. En el caso de las telenovelas, inicialmente se presentaron temas “rosas” y amores inocentes, que con el paso del tiempo se convirtieron en dramas pasionales y donde las cuestiones morales presentadas con el propósito de establecer la bondad o maldad de las personas, se hacían cada vez evidentes.

Esta situación se repitió con las series de entretenimiento, las cuales pasaron de un simple e inocente “Chavo del 8” a programas como “Picardía Mexicana”, “Cero en conducta” y series de supuesto debate, que el único debate que han provocado es en torno a su permanencia al aire.

Con relación a sus programas, Wilkins afirma que “los programas de televisión, cuando van en una lucha de ratings se ‘metamorfosean’ en el camino, además, el público, voraz y sediento de un espectáculo más intenso, me pedía cada vez cosas más fuertes”.

Reconoce que en la búsqueda de nuevas opciones, los televidentes han dejado de ver sus series, lo que a su vez se refleja en los niveles de audiencia, pero –asegura- no por el desprestigio que se ha hecho de estos programas.

“Le doy muy poco tiempo de vida al programa --”Hasta en las mejores familias”--, porque hay una ley de la comunicación que dice que en la repetición del estímulo decae la atención. Lo que al principio fue la novedad, como los Metiches Implacables, ya no lo es”, puntualizó.

Y aunque no desapareció, en la primera semana de octubre del 2000, “Hasta en las mejores familias” cambió de productor. Wilkins fue reemplazado por Juan Osorio, productor muy socorrido en el campo telenovelerero.

Asimismo, entraron al “relevo” la travesti Francis y el actor y comediante Carlos Bonavides “Huicho Domínguez” conducirán una vez por semana el programa, en el que continúa como titular Carmen Salinas.

Con el antecedente de este productor y sus creaciones y con base en la “metamorfosis” que el propio Wilkins asegura ocurre con los programas de televisión, se espera que en breve a este creador cubano se le ocurra “otra genialidad” que ponga en tela de juicio la ética de quienes hacen televisión.

Pero pese a toda esa controversia, el 29 de noviembre del 2000, el productor "controvertido" regresó a la producción de "Hasta en las mejores familias", con la misión de, como él aseguró al diario Reforma "subir el rating".

Wilkins asegura que para cumplir con ese encargo de los ejecutivos de Televisa, volverá al esquema que tenía el "talk show" antes de que lo produjera Juan Osorio, con lo que la conductora estelar, Carmen Salinas, y los televidentes se encontrarán de nuevo con personajes como "el marciano", "los hombres lobos" y "los metiches implacables", entre otros.

En el caso de los *talk shows*, aunque en estos programas de páneles al aire en diversos canales de televisión, ya sean de Televisa, TV Azteca, Canal 11, incluso el 22 con el denominado "Todos hablan", la temática puede girar en torno a los mismos temas, el tratamiento de los mismos es lo que hace la diferencia entre unos y otros.

Mientras los programas de "discusión" de Canal 11 como "Diálogos en Confianza" y "Escuela para Padres", además de plantear una problemática, cuentan con verdaderos especialistas que orientan y apoyan a los panelistas para resolver los problemas que plantearon ante las cámaras, en series como "Hasta en las mejores familias" azuzan a quienes plantean sus conflictos para hacer más grande el "show" en las pantallas y que la gente se divierta cuando una pareja de novios o esposos literalmente se "deschongan" por la infidelidad de uno o de otro, sin dar ningún apoyo o asesoría para superar sus conflictos conyugales.

Bajo el entendido de que este tipo de programas así como llegan se van, es de considerar las repercusiones que pueden llegar a tener en el poco o mucho tiempo en que están al aire, debido a que se van generando una serie de declaraciones o acciones a favor o en contra, lo que hace que el público "vulnerable" -infantil y juvenil- que tanto defienden estas agrupaciones se vea más confundido al no tener la certeza de las repercusiones de estas series televisivas.

En busca del consenso de la sociedad mexicana hacia una televisión "decente" o cómo buscar el cambio y el riesgo de quedarse en el intento.

*"Ah, déjame recordarte cómo eras entonces, cuando aún no existías..."*

*Pablo Neruda*

Aunque en sus inicios, A Favor de lo Mejor comenzó siendo una asociación "en pro del mejoramiento del entorno social", actualmente es una de las organizaciones con mayor fuerza entre la población.

Parte de su "éxito" se basa en gran medida al revuelo que los propios medios de comunicación han hecho de temas como la exaltación de hechos violentos y de corrupción lo que le ha permitido cooptar a sus afiliados y simpatizantes. Para lograr ampliar su lista de afiliados y militantes, A Favor de lo Mejor trabaja en distintos ámbitos que considera tierra fértil para su campaña en "pro de las buenas costumbres" de la sociedad mexicana.

#### Los nueve mandamientos de A Favor de lo Mejor

La asociación basa su actuación en nueve líneas de acción, mediante las cuales pretende involucrar al mayor número de sectores sociales en el "mejoramiento" de los medios de comunicación.

Con su primera línea de acción, la recepción crítica, A Favor de lo Mejor pretende propiciar que los padres de familia y los educadores desarrollen la conciencia de los receptores para que sean capaces de juzgar y seleccionar responsablemente lo que ven, oyen y leen.

Asimismo, mediante los sistemas de clasificación intentan seleccionar las películas, programas, telenovelas, videos, canciones y publicaciones para que los receptores puedan "elegir libre y responsablemente".

La tercera línea de acción busca fomentar la producción de conocimiento de contenidos en los medios de comunicación que promueven la información veraz, el entretenimiento sano y contribuyan a una mejor educación y cultura.

Asimismo, A Favor de lo Mejor busca apoyar la ética profesional en las escuelas de comunicación y en los comunicadores, a través de foros y seminarios.

Además, promueve la investigación de varias líneas, entre las que destacan el impacto de los medios de comunicación en las conductas de los receptores, el entretenimiento y la educación.

A través de su línea de trabajo denominada de autorregulación, A Favor de lo mejor invita a los medios de comunicación, publicistas anunciantes a que creen o actualicen sus códigos de ética y los mecanismos de aplicación concreta y la divulgación necesaria.

A Favor de lo Mejor ha promovido entre los empresarios cursos de responsabilidad y valores en la mercadotecnia y la publicidad, que en 15 horas en promedio, pretenden ofrecer a los asistentes las herramientas para "tener la vivencia del desarrollo de un ejemplo práctico acerca de su propia empresa".

Entre los temas que abordan en esos talleres están "la ética y la prudencia"; tipo de normatividad de la conducta humana; la persona humana y sus bienes; los valores de la empresa; nociones de ética empresarial y ejercicios para determinar la especie, la clasificación y el grado respectivo de bondad o maldad de los actos, entre otros.

La séptima línea de trabajo se refiere a la responsabilidad de los anunciantes, a quienes A Favor de lo Mejor les ha solicitado asuman con respeto no sólo el contenido de sus anuncios, sino también el de los medios publicitarios en que se transmiten, a la vez de pedirles mejores programas en los medios.

De igual forma, la Asociación promueve instancias de interlocución entre los medios de comunicación, anunciantes, publicistas y sus organizaciones para garantizar que los receptores sean escuchados y tomados en cuenta.

A través de su línea de trabajo, denominada cumplimiento de la legislación, la asociación pugna porque se conozcan y se dé cumplimiento a las normas vigentes en relación a los medios de comunicación.

**"El receptor como filtro y no como esponja de los contenidos televisivos"**

Mediante su taller de Conciencia Crítica, la Asociación "enseña" a su modo a los televidentes y en general, a los usuarios de los medios de comunicación incluso Internet, a "analizar y seleccionar lo que ve, oye y

escucha", para así ser un receptor crítico, menos susceptible de verse afectado por los contenidos "transgresores" que según proclaman, abundan en las pantallas caseras.

En su Manual de Recepción Crítica, A Favor de lo Mejor señala que el primer paso para ser un receptor crítico es "darse cuenta de que es necesario usar el criterio" frente a los mensajes que recibimos, con el propósito de crear una nueva cultura de selección responsable.

En ese documento destaca "la realidad de los medios de comunicación, sus alcances positivos y negativos, con el objetivo de establecer una relación positiva con los medios de comunicación, para utilizarlos con responsabilidad y potenciar lo positivo".

Retoma el lema de CNI Canal 22 de "uno es lo que ve" para plantear ante el receptor la importancia de saber decidir los programas y contenidos. Pero para delimitar su trabajo, la Asociación establece algunos efectos bajo la consideración de que los medios de comunicación no son la única causa de violencia en la sociedad, toda vez que aprendemos de nuestro entorno.

En ese sentido, apunta que los niños aprenden con mayor facilidad cualquier conocimiento y lo hacen de una manera indiscriminada, por lo que se convierten en el sector más vulnerable.

En su Manual, A Favor de lo Mejor define por violencia "todo medio de exposición exterior que disminuye la libertad de la persona afectada y que la obliga a actuar contra su voluntad". Refiere que los contenidos violentos producen al menos alguno de los tres efectos negativos en los niños y jóvenes, como son "incremento en la agresividad, en que los infantes tienden a imitar cualquier conducta violenta que ve en su héroe".

De igual forma, considera que la violencia también provoca en los niños insensibilidad en estos sectores, por lo que cualquier contenido negativo comienzan a verlo como algo normal, debido a la constante repetición de los mismos.

Finalmente, apunta que estos contenidos causan en el niño o joven espectador el sentimiento de miedo, toda vez que en ocasiones -afirma- perciben el mundo más peligroso de lo que es.

En cuanto al punto de desorden sexual, A Favor de lo Mejor aborda los temas como el desorden en general, que define "como todo tipo de confusión, disturbio o desarreglo en el desarrollo de un acontecimiento o de

una conducta". También toma como tema de análisis el pudor, concepto que entiende como "tendencia que posee la persona humana a proteger sus valores sexuales con la finalidad de presentar, en primera instancia, su valor total como persona".

En el manual distribuido con el propósito de fomentar y crear en el receptor la conciencia crítica, la Asociación hace una diferencia entre arte y pornografía, entendiendo por el primer concepto como "un medio de comunicación que hace resaltar la belleza contenido en objetos, situaciones, actividades o sentimientos".

En tanto, la pornografía la define como "lo impúdico del arte. Es la tendencia a poner, en la representación del cuerpo humano y del amor, el acento del sexo, a fin de provocar en el receptor que los valores sexuales son el único objeto del amor y de la persona".

Para evitar la "distorsión" de estos valores, A Favor de lo Mejor considera que la familia es un factor importante para mantener la "salud mental" de sus integrantes. Advierte que hoy más que nunca, la familia tiene que "profundizar con su papel educativo, en una de las esferas más delicadas de la persona: la conciencia moral".

Para ello, añade, es de suma importancia que la familia cree unas normas y condiciones para que la televisión y los otros medios no se constituyan en tiranos permanentes dentro del hogar, por lo que necesitan una "verdadera formación de los criterios de tipo humano y formativo necesarios para hacer de los medios de comunicación unos auténticos medios de formación de la personalidad".

En el Manual, explica que el *receptor crítico* debe convertirse en un *multiplicador* del sentido crítico y no en un simple propagandista de virtudes y defectos de la comunicación social. Uno de los objetivos que puede plantearse en su actividad el receptor crítico es el de la neutralización, que consiste en evitar la divulgación de ciertos mensajes con carga negativa, que en lugar de señalar un error sólo provocaría generar más curiosidad, centrar la atención en el problema y darle publicidad, detalla.

Resalta que la formación de "criticidad" busca despertar y fortalecer la capacidad de discernimiento, con base en las áreas de la ética (lo bueno, malo, positivo, negativo conveniente o nocivo); la ideológica-política (características de la época como violencia, consumismo, modelos de vida), y el área psicológica (efectos internos de los mensajes en el individuo).

Según, A Favor de lo Mejor, un receptor crítico es el que tiene una experiencia ante los medios de comunicación compuesta de "sensaciones interpretadas desde la óptica personal"; que interpreta los mensajes que capta; que se considera a sí mismo capaz de participar en la realidad; que pone en práctica su capacidad de elección y selección y que estudia y comprende los lenguajes y la tecnología que usan los medios electrónicos.

En torno a este aspecto, A Favor de lo Mejor imparte estos cursos a cambio de una "cuota de recuperación" a los estudiantes, padres de familia y profesores, y "uno que otro" militante de algún partido, que en la mayoría de estos casos son del PAN, que estén "interesados" por mejorar los medios.

Estos talleres de Conciencia Crítica consisten en dar a conocer a los "multiplicadores de conciencia crítica" las bases de la creación de la Asociación, sus objetivos y orientan respecto a la forma en que deben dar su "clase" a los alumnos de las escuelas que previamente solicitaron una conferencia en sus planteles.

De igual forma, dan una serie de lineamientos con los que se "llega" o se impacta a los asistentes, como son la postura de quien habla, la modulación de su voz, el énfasis en las frases claves de la asociación, el uso de material de apoyo como videocaseteras, diapositivas y fotostáticas, además de que exhorta a los impartidores de cursos a no dejar a sus "alumnos" con alguna duda.

En este aspecto, es curioso que este tipo de pláticas sólo sean impartidas a estudiantes, padres de familia, profesores con un nivel económico alto. Son madres de familia que aunque tienen una profesión, se dedican "al hogar" y a velar por lo que sus hijos reciben a través de los medios de comunicación.

De acuerdo con los propios estudiantes y militantes partidistas –del instituto político en cuestión– aseguraron que acuden a estos cursos para "aportar a sus compañeros de escuela o de partido los conocimientos y la inquietud por defender los derechos de los receptores de exigir mejores contenidos en televisión".

Los profesores por su parte provienen de escuelas o institutos particulares de todo el país, que acuden a los cursos porque sus instituciones educativas pagan los gastos que deriven de su traslado al lugar donde se imparten.

En este aspecto, las escuelas públicas –ni sus estudiantes ni sus profesores o agrupaciones de padres de familia- han sido incluidos en el grupo de “privilegiados” que acuden a los talleres de Conciencia Crítica.

Al final del curso, los potenciales “multiplicadores de conciencia crítica” reciben una serie de recomendaciones para formar a su vez a otros “multiplicadores de conciencia crítica” y así lograr el mayor número de adeptos a la Asociación.

Este ritual “emotivo y de convencimiento” se repite cada curso, con el propósito de “ser una cadena que se expande en todo el país en beneficio del público usuario de los medios de comunicación”.

Por otra parte, A Favor de lo Mejor distribuye entre los “interesados” el folleto “**Cuando ‘apagarle’... no es una solución**”... una especie de guía de consejos para que los padres de familia ayuden a sus hijos a “alimentarse” de contenidos positivos en la televisión.

En el pequeño libro, la Asociación destaca que “no importa qué tanta televisión vean los niños, pues ellos deben aprender cómo verla”. Explica que lo primero que deben asimilar los niños es que los programas televisivos fueron diseñados con fines de entretenimiento, que sus contenidos poco o nada tiene que ver con la realidad y que en otros casos, se abordan temas complicados que en la vida real no se pueden resolver en 30 minutos, tiempo que dura el programa o serie.

Detalla que para enseñar a los niños a ser receptores críticos, los padres de familia deben hablar con ellos sobre la verdadera intención de los anuncios publicitarios.

En cuanto a la violencia, resalta en su guía que se debe explicar a los menores la definición de esta conducta, cuyo origen en la televisión es falso y lleno de efectos especiales, incluso en los noticieros, donde a pesar de transmitir hechos reales de violencia, está rodeado de espectacularidad. Además, sugiere a los paterfamilias que ayuden a sus hijos a entender la violencia como un fenómeno que no es la solución a los problemas.

Para establecer un control sobre el tiempo que los infantes pasan frente a la televisión, A Favor de lo Mejor recomienda establecer límites en las horas que se ve este medio y que los padres de familia sean el ejemplo en los hábitos de su uso; que se elija una programación congruente a la ideología del espectador; sugiere ver la televisión en familia y comentar lo

que se ha visto, además de no dejar a cargo de la televisión el cuidado de los hijos mientras se realizan otras actividades, porque "no es una nana".

Clasifica a los niños de acuerdo al número de horas que pasan frente a la pantalla televisiva y precisa que los menores que ven televisión menos de dos horas son usuarios aceptables, los que se mantienen frente al televisor de dos a cuatro horas son usuarios moderados, y los que usualmente destinan más de cuatro horas a la pantalla chica son usuarios excesivos.

Para evitar que los menores pasen tanto tiempo frente a las pantallas –que ahora ya son planas-, A Favor de lo Mejor sugiere enseñar al niño a elegir la programación como se elige una película cuando se va al cine, además de hablar con ellos durante los anuncios comerciales sobre los temas que se abordan en esos programas, porque considera es el momento oportuno para hacer las "correcciones" necesarias.

Exhorta a los padres de familia a no darle a la televisión más importancia para los niños: para ello sugiere seleccionar la programación y no prender el aparato sin saber lo que se va a ver; utilizar la videocasetera para grabar lo que se verá; cuidar la postura y posición en la que se ve la televisión; no castigar ni premiar con la televisión; evitar tener la televisión en cada recámara o cuarto de la casa y no dormirse con el televisor encendido.

En el caso de los contenidos, recomienda que se debe enseñar a los niños a utilizar el criterio para mejorar los hábitos de uso de los medios además de enseñarles a darle un valor a la denuncia, a manifestar lo que no es de su agrado.

Cada uno de nosotros podemos aplicar estas estrategias en nuestras casas, con nuestras familias de manera casi innata y racionada, sin necesidad de talleres y cursos de recepción crítica, porque todo está en relación con el sentido común.

La Asociación Nacional de Padres de Familia reconoce que "tenemos que hacer algo para asegurarnos de que protegemos a nuestros hijos y a los hijos de otras personas, que no es sólo la violencia en las escuelas, son los niños tomando una pistola y disparándose ellos mismos o a sus vecinos, es hora de detener eso".

Asienta que “una de las tareas importantes es identificar a los niños que estén en riesgo de hacerse daño a sí mismos o a otros y ofrecerles las oportunidades para guiarlos y empezar su proceso curativo”.

“Como padres necesitamos parar, mirar y escuchar. Mirar qué están aprendiendo los niños de los papeles modelo–negativos y escuchar lo que uno está diciendo en sus discusiones y explicaciones con su hijo y su propio comportamiento apropiado o inapropiado de recompensa”, sostiene.

### **Y los especialistas del país hablan... Primera Asamblea Nacional**

El 1 de junio del 2000, A Favor de lo Mejor realizó su Primera Asamblea Nacional, en la que raquíficamente reunió a unos cuantos especialistas en medios de comunicación.

Pese a que no todos los conferencistas hablaron de la televisión en especial, muchos coincidieron en que en los medios de comunicación, ya sea radio, televisión, prensa o el mismo Internet; se puede aplicar la misma estrategia de selección de la programación o contenido.

Así, los panelistas llegaron a la misma idea de la necesidad de que los medios de comunicación y publicistas apliquen sus códigos de ética profesionales, ya sea los que se determinan en sus empresas de comunicación o de manera personal, así como en la necesidad de que los espectadores exijan su derecho a tener programas de calidad.

En ese marco, el doctor **Fernando Corominas**, catedrático del Instituto Europeo de Estudios de la Educación de Madrid, calificó de extraordinarios a los medios de comunicación, aunque consideró que lo que hay que hacer es que los contenidos sean excelentes.

El también presidente de la Asociación Panamericana de Estudios Sociales advirtió la dificultad de los padres de familia al enfrentar la aparición de los medios de comunicación, “que se meten en todos lados”, por lo que –dijo– resulta “duro de controlar todo lo que se transmite en la actualidad, dado las actividades de la época moderna”.

Corominas, quien cuenta con escuelas de familias en Internet con un alcance de 15 países, sostuvo que ante el cambio de la era educativa, se requiere también una transformación en la educación de nuestros hijos, que

aunado a los cambios tecnológicos, actualmente se puede educar de una forma distinta.

Estableció que existen etapas de aprendizaje en los niños y que la edad más importante para educar a un hijo es desde que nace y hasta los tres años; que de los tres a los seis años el niño sigue como modelos a los padres de familia, pero asegura que a partir de los 14 años, "los padres pueden hacer relativamente poco."

Refirió que si el niño está educado para apagar la televisión cuando aparecen en ella escenas de violencia, cuando se encuentre solo hará exactamente lo mismo, porque así le fue inculcado utilizar los medios de comunicación, potenciando las cosas positivas.

Expuso que otro de los periodos del ser humano tiene que ver con los valores, que aunado a la enseñanza en el uso de los medios de comunicación, ayuda al individuo a reconocer lo que puede ocasionarle algún daño o dejarle un beneficio.

En ese evento, efectuado en Hacienda Los Morales –cuyo propietario es uno de los simpatizantes activos de la Asociación desde su conformación y apoya cuanto evento efectúe la organización proporcionando las salas de conferencias-, el director general de Productora y Comercializadora de Televisión (PCTV), **Eduardo Ricalde**, se refirió al tema de la autorregulación de los medios de comunicación.

Ricalde, quien fuera subdirector general de Cablevisión, dijo que anteriormente era posible "cuadrar" fácilmente el entorno local y el nacional en el que la programación de radio y televisión era planteada. Añade que algo de la televisión extranjera era perfectamente seleccionada y lo demás, la producción nacional, era fácil de controlar, además de que siempre estaba regida por una ética y por los principios morales de quien la adquiría o de quien ordenaba su elaboración y transmisión.

El también exdirector general de Normas y Corporaciones Corporativas de Televisión en Puebla, de Televisión del Golfo y de Televisión de Veracruz (Telever) consideró que anteriormente en nuestro país se respetaban principios como la superación personal, la integración familiar y la unidad de la nación, conceptos que eran fáciles de integrar en las áreas de entretenimiento, de información, de diversión.

Señaló que había una línea a seguir emanada principalmente de la "ética y la moral cristiana, debido a que la inmensa mayoría de la población

del país es cristiana católica, y quienes programaban o compraban programación también lo eran”.

Aunque aclaró que no defiende ni ataca estos principios, sostuvo que los mismos medios de comunicación nacionales se fueron abriendo las posibilidades de acceso a diferentes personas con muy variadas maneras de entender la cultura y muy diferente modo de interpretar la cultura y la ética y la moral. De ahí que ahora exista la diversidad en la programación.

Definió a la moral como “la ciencia práctica del bien vivir”, pero apuntó que con los años y las nuevas tendencias globales, se cambió el bien vivir por el vivir bien. Y hace la diferencia, pues el bien vivir es el hacer lo que se debe aunque esto pueda causarnos problemas y ser un obstáculo para el logro de objetivos personales. El vivir bien, por el contrario, puede hacernos sacrificar principios de ética y moral con tal de conseguir nuestros propios objetivos.

Respecto a la autorregulación en los medios de comunicación, Eduardo Ricalde destacó la diversidad de puntos de vista, desde las personas y países, y con ello, asegura que un medio de comunicación no puede estar regulado por un solo punto de vista y mucho menos por una sola persona. “Un medio de comunicación está formado por muchos puntos de vista y muchas personas, valores como el amor al prójimo, el respeto tiene acepciones diferentes en cada uno de nosotros, aun cuando debieran partir de la misma base”.

Consideró que autorregularse debe tener como base la ética, la moral y las buenas costumbres, valores que en cualquier país del mundo están previstos en las leyes basadas en el bien común. Es el público quien debe decidir lo que se transmite en los medios y asegura que “no se puede dejar en manos de un puñado de personas que ostentan los medios de comunicación la enorme responsabilidad de decir qué es bueno y qué es malo, qué debe hacerse y que no debe hacer; se debe influir propositiva y positivamente”.

Expuso que los anuncios o programas en la televisión que manejan contenidos adversos no es por falta de ética sino de creatividad, en tanto que la libertad de expresión –que se dice debe tener la limitante de quien la recibe- es válida si nos lleva a algo constructivo.

En conferencia de prensa posterior a la Asamblea, el presidente de A Favor de lo Mejor en los medios, Francisco González Garza, reafirmó la

intención de la organización al pretende construir, junto con los medios de comunicación, espacios de responsabilidad.

Con la cadena de relaciones con medios de comunicación, anunciantes, universitarios, maestros, padres de familia e investigadores, se ha logrado conformar una red que busca el beneficio para los espectadores, "que somos todos".

Precisó que desde su creación a la fecha, A Favor de lo Mejor ha formado alrededor de 12 mil escuchas en talleres de recepción crítica mediante la realización de unos 60 cursos, sistema que permite formar ciudadanos responsables ante cualquier fenómeno, en este caso el de la comunicación.

La Asociación tiene representantes en más de 40 ciudades más importantes del país, donde los asociados pertenecen ya, junto con los medios de comunicación, a grupos que revisan permanentemente los contenidos de esos medios y sus códigos de autorregulación.

Asimismo, González Garza resaltó el hecho de haber logrado incorporar a los anunciantes que actualmente consumen más de 90 por ciento de los espacios en medios de comunicación. A la fecha --detalló-- A Favor de lo Mejor cuenta con dos mil 327 asociaciones en todo el país, lo que da una representación nacional y con mayor respaldo y participación de los consejos internos.

Expuso que la educación en México sufre un deterioro muy grave y que el propio sistema educativo no ha abatido ni siquiera el grado de escolaridad, con lo que ahora los medios de comunicación se presentan como una nueva oportunidad que hay que reiterar, el hecho de que pueden contribuir más a la educación si instrumentan programas, acuerdos y técnicas donde ellos puedan participar más.

Fernando González Garza aclara que no ha encontrado ningún obstáculo del Estado para promover la responsabilidad en la selección de los contenidos televisivos, aunque tampoco ha tenido ningún apoyo, y reiteró que no ven al gobierno como un obstáculo, porque esta es una demanda mundial. Apuntó que el rating significa la capacidad de un anunciante de colocar su producto y la capacidad del medio para atraer al anunciante y al público.

Nosotros vemos que los medios de comunicación no pierden dinero ni podrían perderlo si se conserva la atención del público, no creemos en la

maldad de los medios de comunicación. Creemos que hay oportunidad de que los medios de comunicación, con más creatividad y con la demanda de la sociedad, puedan modificar lo que ahora la sociedad siente le lesiona.

Enfatizó que no encuentran un argumento fuerte ni tampoco resistencia de los medios para entender este planteamiento. Entonces, la Asociación tiene dentro de sus afiliados a los anunciantes, con quienes se hace una tarea precisamente de convencer sobre la responsabilidad que tienen, para que ellos también seleccionen lo que compran.

Eso mismo se pretende hacer con los medios, para convencerles de que deben de tener mayor calidad de producción, que es lo que la sociedad demanda, reiteró.

Dijo que la mayor demanda en televisión son programas que puedan ser vistos por toda la familia y que pongan paz en el seno familiar, "lo que quiere decir que el padre de familia, cuando compra su programación –en el caso de televisión por Cable- selecciona los canales que tienen contenidos que no son agresivos ni nocivos para su familia".

Descartó que una regulación a los contenidos de los medios se pueda hacer por la vía legislativa, toda vez que, "hay que confiar en el Estado como un poder que representa los verdaderos intereses de la sociedad y por respeto y confianza en el gobierno.

"Nosotros no queremos apostar a un gobierno que mande a los medios de comunicación a través de leyes lo que deben hacer, porque estaremos sujetos al poder público que de por sí es cambiante, y que además no nos ha demostrado garantizar que siempre se apuesta por el bien", advirtió el presidente de A Favor de lo Mejor.

Subrayó que la Asociación ha pugnado con respeto a la legislación actual, porque haya leyes más adecuadas en beneficio de estos temas, "pero no queremos nosotros acudir al Estado como poder para que obligue a un cambio de actitud, porque no tendría sentido".

Al respecto, Olivia Orellana, responsable del área de Conciencia Crítica de la Asociación, sostiene que lo que promueve la Asociación es una mayor información entre los receptores sobre los contenidos y una sensibilización de los efectos positivos y negativos que éstos pueden producir.

"Nosotros no estamos a favor de la prohibición ni tampoco de la censura de los programas, pero sí creemos que cuando llega un nivel donde éstos son promoción de delitos tipificados por la ley, cuando se promueve por ejemplo la drogadicción, los delitos sexuales, estamos obligados y obligar al Estado en sus poderes", enfatiza.

Orellana Núñez asegura que sólo a través de los padres de familia es como se puede llevar a los niños a relacionarse responsablemente con los medios. Al trabajar con educadores y padres de familia para llegar a los niños, mediante un sistema educativo formal y una educación para los medios como ya se hace en algunos países de América Latina, el niño podrá comunicarse o aprender a convivir de manera responsable y constructivamente con los medios de comunicación.

**De "círculo vicioso" a "círculo virtuoso", la intención de crear una "nueva sociedad"**

La propia asociación ha apostado porque la promoción de mejores contenidos en la televisión y en general en los medios de comunicación, es la mejor arma pacífica para ver en los medios de entretenimiento con temas sanos que promuevan mejores valores y actitudes entre los receptores.

A Favor de lo Mejor asegura que esta promoción es de carácter "reciclable", toda vez que con un trabajo conjunto entre padres de familia, organizaciones sociales y religiosas, receptores, además de los propios medios de comunicación, se puede exigir mejores contenidos en los medios.

Explica que se requiere promover la concientización sobre la importancia de los mejores contenidos en la televisión entre los padres de familia y los profesores, quienes -afirma- son quienes tienen a cargo la educación de los niños, tanto en las casas como en las escuelas, escenarios estructurales de la formación futura de los menores como adultos.

En el caso de los profesores, subraya que éstos realizan una segunda labor en el tejido de esta organización, debido a que dentro de la Asociación promueven pláticas y cursos entre los padres de familia de sus centros escolares para que a su vez los papás transmitan los conocimientos adquiridos entre los integrantes de sus núcleos familiares.

Reconoce la importancia de su labor entre los niños y entre los padres de familia, dado que antes que la televisión, fueron los maestros quienes sentaron una base educativa esencial en el desarrollo del individuo.

Los padres de familia, por su parte, promueven y realizan los cursos o talleres de conciencia crítica entre sus vecinos o núcleos de amistades, toda vez que –aseguran los propios paterfamilias– de nada serviría que dentro de nuestras familias exista esa conciencia de exigir mejores contenidos si alrededor de los niños hay otros infantes que no han recibido de parte de sus padres la orientación necesaria para reconocer los contenidos nocivos en las pantallas, señala la organización.

En los casos de noticias como homicidios, secuestros, asaltos, que son parte de nuestra vida cotidiana que además son representados en películas o programas transmitidos en televisión, A Favor de lo Mejor considera que es mejor explicar a los niños el verdadero significado de estos hechos, toda vez que con posterioridad se enteran en voz de otras personas y eso les causa un mayor daño.

Si bien es cierto que A Favor de lo Mejor ha dirigido sus acciones para concientizar a la gente de buscar y exigir mejores contenidos, mediante el trabajo conjunto con los maestros y padres de familia, también lo es el hecho de que existe una intención elitista, toda vez que esta promoción se realiza sólo entre los colegios particulares y los padres de familia de gente "bien".

Se olvidó que un gran porcentaje de nuestra población es de clase media, media baja y baja que generalmente la única diversión que tienen en sus casas es la televisión y que por lo tanto, no pueden acceder a estos cursos de conciencia crítica.

Esas familias son las que en realidad requieren de esa asesoría, toda vez que debido a la educación limitada a la que han tenido acceso, se hace más difícil que un jefe de hogar pueda brindar orientación a sus hijos de cómo ver y analizar los contenidos de los programas televisivos si escasamente él puede entender lo que se transmite y lo que los productores y anunciantes pretenden con sus mensajes.

A Favor de lo Mejor deja ver en sus seminarios que lo único que le interesa a la asociación y a sus militantes y simpatizantes es "proteger" el núcleo en el que se desenvuelven, que sus integrantes y amistades vivan en su "mundo feliz", libre de las cosas y entes que puedan afectar su desarrollo emocional y social.

Pero algunos sectores concedores de este tipo de situaciones consideran que la intención de querer controlar las costumbres de una

**ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

sociedad va a tomar un arraigo entre la propia gente, debido a la cercanía de los grupos de derecha con el próximo gobierno federal.

El investigador **José Antonio Aguilar Rivera** reitera que desde que el Partido Acción Nacional (PAN) fue creado ha estado integrado y ha protegido a grupos conservadores como Provida, organizaciones que – abunda- tomarán un nuevo auge dentro de ese instituto político, pues ya intentan “cobrar facturas” por el apoyo que brindaron al candidato presidencial, Vicente Fox, durante las pasadas elecciones federales.

Apunta que, tomando como estandarte la democracia social lograda con el triunfo de un partido de oposición, la sociedad puede hacerse escuchar e imponer sus valores y en este caso, muchas de las medidas de intolerancia y censura parecen contar con un verdadero apoyo popular, pero con base en la existencia de un consenso local, que a final de cuentas puede gustarnos o no.

Hoy los ciudadanos se encuentran inermes frente a las acciones arbitrarias de gobiernos locales que conculcan sus libertades en nombre de las buenas costumbres y la moral. Para hacer efectiva una política de tolerancia se involucra, paradójicamente, la intolerancia hacia los intolerantes, dice el investigador.

La mayor parte de los integrantes de la Asociación son personas que cuentan con una posición económica y social desahogada, que les permite contar con tiempo libre para dedicarlo a labores “altruistas”, que para ellos les representa un pasatiempo, un hobby, del que además tienen la seguridad es una labor de contribución a la sociedad.

Mientras los grandes empresarios de los corporativos importantes del país aportan grandes sumas de dinero como afiliados principales de la Asociación y debido a que ellos tienen que mantenerse en el mundo de los negocios, son en ocasiones sus madres, hermanas, esposas o cuñadas las que participan de una manera más activa en las campañas de concientización.

Además del sector empresarial, existe el sector religioso que también tiene una posición económica privilegiada y con la posibilidad de hacer contribuciones tanto de apoyo moral, como de recursos.

Al respecto, el investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana, **Édgar González Ruiz**, refiere que la Asociación Nacional de Padres de Familia (ANPF) representa una parte fundamental en la

integración de A Favor de lo Mejor, pues se puede decir que es su columna vertebral.

Los últimos presidentes de ANPF fueron Ricardo Emilio Esponda Gaxiola y Francisco González Garza (1992–1997), quien además fue secretario general adjunto del Comité Ejecutivo Nacional del PAN y diputado federal por ese partido.

Por su parte, Esponda Gaxiola –padre de 10 hijos– es empresario afiliado a la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex) y tomó posesión como presidente de la Unión Nacional de Padres de Familia (UNPF) el 14 de junio de 1997.

Esponda asegura que la ANPF tiene como líneas generales de acción “ser reconocidos plenamente como el tercer sector de la educación”, junto con los maestros y autoridades escolares y sostuvo que “ese reconocimiento debe darse hasta en la misma Constitución Política Mexicana”.

Además, sostiene que la Asociación tiene como propósito luchar por una educación “integral y libre que respete plenamente el derecho humano de elegir el mejor tipo de educación que desean escoger los mexicanos para sus hijos, de acuerdo a sus convicciones y costumbres” y promover a la familia “en su función educativa, dentro de un entorno moralmente sano y generador de valores humanos”.

La UNPF colabora estrechamente con la Confederación Nacional de Escuelas Particulares y con el Comité Nacional Provida y en el pasado también fueron estrechos sus vínculos con la Unión Nacional Sinarquista.

Otra de las organizaciones que forman parte de A Favor de lo Mejor es el grupo **Enlace en la Comunidad Encuentro A.C. (ENLACE)**, formado en 1990 por madres de familias de alto nivel socioeconómico, que dicen tener como objetivo principal la “defensa de la familia, promoviendo los valores de la fidelidad, exclusividad, permanencia y aceptación de la vida, pero sin atacar a nadie”.

Su presidenta actual es **Paz Gutiérrez de Fernández Cueto**, quien pertenece además al *Opus Dei* y al grupo de Damas de las Lomas. Es esposa del empresario Ernesto Fernández Cueto accionista del Grupo Mexicano de Desarrollo. Forma parte de la familia Gutiérrez Cortina, propietaria de la constructora GUTSA cuyo presidente es Juan Diego Gutiérrez Cortina. En 1998 esta empresa se vio involucrada en el escándalo del Fondo Bancario de Protección al Ahorro (Fobaproa).

También pertenece a Enlace, Marinela Servitje -hija del empresario Lorenzo Servitje-, directora de Museo del Papalote y esposa del político priista Fernando Lerdo de Tejada.

Según Paz Gutiérrez, Enlace surgió a raíz de una "invitación personal del entonces presidente de México, Carlos Salinas de Gortari, quien tenía la inquietud de establecer contacto con las esposas de empresarios de medio y alto grado".

En 1993, Enlace lanzó una intensa campaña publicitaria mediante cartelones a color -impresos con la ayuda de la Lotería Nacional- y anuncios televisivos donde se presentaba la fidelidad conyugal como único remedio contra el Sida.

Esos mensajes se difundieron además en las bolsas de plástico de los supermercados Aurrerá, dado que una de las integrantes de Enlace es esposa del propietario de esa cadena comercial. Para esa campaña, Enlace contrató los servicios de Publicidad Ferrer. En 1998, volvieron a aparecer en las pantallas de televisión los mensajes "moralizantes" de Enlace.

Enlace maneja cuatro tipos de proyectos: prevención del Sida, educación mediante cursos de orientación a padres y maestros, un programa educativo dirigido a los universitarios, y campañas de comunicación.

Alianza Nacional para la Moral (ANAM), quien también forma parte de A Favor de lo Mejor, busca la desaparición de publicaciones que considera "pornográficas". Lleva a cabo campañas nacionales para frenar "espectáculos denigrantes" y realiza gestiones ante la Dirección de Cinematografía para detener la exhibición de películas "inmorales".

A mediados de 1994, esta organización protestó por el hecho de que Televisa transmitió un video donde aparecía la cantante Yuri con el torso descubierto y a decir de los directivos de la ANAM, la Secretaría de Gobernación amonestó al consorcio televisivo y le advirtió que debería ajustarse a la legislación vigente.

La anacrónica Ley de Imprenta, que data de 1917, es el marco jurídico en el que se apoya la ANAM para exigir a las autoridades la censura de las expresiones que considera "contrarias a la moral".

Sin embargo, para la Alianza Nacional para la Moral lo "inmoral" incluye no únicamente la exhibición del cuerpo desnudo sino cualquier tipo de vestimenta provocativa o heterodoxa -los aretes y el cabello largo en los

hombres, los escotes y las minifaldas en las mujeres- así como las letras de algunas canciones y los movimientos demasiado sensuales de las bailarinas.

Además de A Favor de lo Mejor, la ANAM forma parte del Consejo Nacional **Prodifusión de los Valores Éticos y Sociales (PROVIDAL)**, fundado el 26 de agosto de 1993 y una de sus primeras acciones fue oponerse a las presentaciones de Madonna en México.

En Providal participan cerca de 80 grupos e instituciones de ideas conservadoras que actúan coordinadamente, entre ellos las comisiones de Pastoral Social y de Educación y Cultura del Episcopado, Coparmex, Concanaco, Ancifem, UNPF, Testimonio y Esperanza, Caballeros de Colón, Unión Nacional Sinarquista, Comité Pro Integridad Humana, Movimiento Familiar Popular, Encuentros Juveniles, Consejo Nacional de Secretarías Particulares, Solidaridad Popular Cristiana, LOMA, Asociación Mexicana para la Superación Integral de la Familia, y otras.

La UNPF ha jugado un papel muy activo dentro de Providal. De hecho, este grupo identificó en algún momento su teléfono y domicilio como el mismo de la UNPF (Eugenia 1112, Colonia del Valle, 536-22 28).

Además de publicar desplegados en periódicos, Providal suele enviar cartas a funcionarios públicos, dueños y directivos de medios de comunicación y patrocinadores de diversos programas o espectáculos que consideran "pornográficos" o "moralmente inaceptables" y sus actividades incluyen la participación en las campañas de protestas y presiones para que el gobierno mexicano cambiara su posición en foros internacionales, como la Conferencia sobre Población y Desarrollo de El Cairo, en 1994.

De hecho, Providal tiene un ambicioso proyecto a mediano plazo –de uno a tres años- y de alcance nacional para la "defensa de la integridad familiar y la educación en los valores" que se propone la eliminación del uso de elementos "eróticos" en anuncios y en programas de radio y televisión, la cancelación de programas de opinión abierta que "promueven elementos disolventes y destructivos para la familia", la desaparición de revistas con desnudos, la reclasificación de películas "nocivas" de cine y de video y la eliminación de las campañas de planeación familiar.

Providal ilustra de manera muy clara cómo los personajes y organizaciones conservadoras coordinan sus acciones identificados por una misma ideología y un mismo proyecto político. Además, política y

organizativamente, Providal es el antecedente de la intensa campaña para el "mejoramiento de los medios de comunicación, iniciada en 1997.

En cuanto al sector religioso, diversos representantes eclesiásticos del país también han participado en estas campañas que intentan transformar a la sociedad en una comunidad mejor.

El entonces nuncio apostólico de México, **Justo Mullor**, culpó a los medios de comunicación del "permisivismo" moral " y dijo que el cine, canciones, televisión, publicidad son los vehículos de ideas y de actitudes que, "durante los últimos decenios, animan sin descanso a un permisivismo moral cada día más osado y decadente..."

Identificados por una misma ética de la sexualidad, basada en la abstinencia y expresada con toda claridad en las doctrinas actuales del Vaticano, los grupos y personajes arriba mencionados –grupos conservadores, jerarcas católicos, empresarios y políticos derechistas, al igual que algunos comunicadores- suelen prestarse mutuo apoyo en su activismo contra las expresiones "inmorales" u "obscenas".

En términos más amplios, el proyecto político de estos sectores se opone al laicismo y a la secularización de la sociedad mexicana y obedece al objetivo de "integrar" la vida política y religiosa.

Un mismo grupo de presión puede participar en acciones conjuntas con otros para alcanzar objetivos aparentemente tan diversos como ganar mayores espacios de poder para la Iglesia, anular la educación laica, evitar la despenalización del aborto, o prohibir la educación sexual y el uso del condón, pues todas ellas son medidas encaminadas a tratar de "integrar" la vida política y social con la doctrina religiosa.

Diferentes grupos se especializan en abordar problemas diferentes y, generalmente, en sus acciones conjuntas el liderazgo corresponderá a la o las organizaciones más cercanas al problema de que se trate.

Las relaciones entre los diversos grupos conservadores, sus dirigentes y promotores, aparecen claramente en los desplegados, conferencias de prensa y otros actos que realizan en conjunto para prohibir algún evento, atacar una institución.

Durante décadas, estos grupos han presionado a las autoridades para que detengan sus proyectos o prohíban las expresiones "inmorales"; desde el sexenio del Carlos Salinas de Gortari, en que la derecha política comenzó

a ganar importantes espacios electorales, funcionarios provenientes de grupos conservadores comenzaron a implantar esas prohibiciones directamente mediante reformas legales y decisiones políticas.

El eufemismo y el equívoco son otros recursos ampliamente usados por la retórica conservadora, que llega a identificar como "defensa de la vida" la defensa de la abstinencia sexual, como "derechos de la familia"; el de decidir sobre el número de hijos pero solamente, se añade, de acuerdo con los medios "moralmente aceptables", mismos que para la Iglesia Católica se reducen a la abstinencia periódica, y que llama a la censura "mejoramiento de los medios de comunicación".

Esta amplia red, que conforman unas organizaciones con otras van formando un tejido de ideas encaminadas hacia un mismo fin: "crear una nueva sociedad, encerrada en una burbuja, protegida de todos los "males" que aquejan a la sociedad y que como la violencia y el sexo, repercuten en la conducta de los individuos".

Con estos integrantes e influencias, A Favor de lo Mejor pretende afianzar su posición entre las élites mayores de la sociedad que posiblemente sólo ven los programas de televisión abierta para ver qué critica, pues debido a que tienen una buena posición económica, es posible que sus diversiones y entretenimiento esté en otras partes que no sea la televisión.

En su concepción, A Favor de lo Mejor tomó como estrategias innovadoras el uso del lenguaje eufemístico, abundando en manipulaciones retóricas, usando como pretexto la violencia y el desorden sexual en los medios para ocultar su intención de "rescatar" los modelos tradicionales de la familia y tratando de implantar modelos de conducta de acuerdo con los suyos propios, porque consideran que de esa forma crearán una sociedad "limpia y pura" alejada de los vicios de la comunidad moderna.

Con trucos retóricos, esta organización se basa ahora en el auge que los propios medios dan a los programas "intolerables" para ocultar su actividad que en otro tiempo y de otra forma sería rechazado por la sociedad, debido a su conservadurismo exagerado.

## A MANERA DE CONCLUSIÓN

***“...la oscuridad de la violencia seguirá en el alma de los hombres que no aprenden a convivir con los propios hombres y pretenden suplantar la razón con el golpe del puño”.***

***Miguel de Unamuno***

Si bien es cierto que hay organizaciones que han intentado implantar su forma de pensamiento y actuación dentro de la sociedad, también lo es que por sí mismas no lograrían su objetivo. Necesitan de la ayuda y patrocinio de organizaciones con fines similares, publicistas, de los medios de comunicación, incluso de las autoridades de gobierno.

En este caso, pese a que A Favor de lo Mejor asegura que no se rige por criterios moralistas ni promueve la hipocresía, intentando ocultar situaciones que muchas veces ocurren en la vida real, considera que exhibir ciertas circunstancias, como el exceso de violencia y sexo, no ayuda a formar el criterio de los sectores vulnerables, en los que incluyen a los menores.

A lo largo de su existencia, la A Favor de lo Mejor manifiesta haber “trabajado” para que publicistas, productores y directivos de los medios de comunicación modifiquen o retiren del aire los programas que a juicio de la asociación son nocivos para los receptores.

Entre sus simpatizantes afiliados se encuentran grupos empresariales como Bimbo, Marinela y Grupo Modelo, que apoyan a la Asociación no sólo de manera económica, sino que además utilizan su influencia y poderío en las empresas televisivas para forzar a éstas a que su programación sea retirada o movida de horario, o de lo contrario retiran su publicidad de los canales televisivos.

En este campo de batalla han “caído” telenovelas, series, caricaturas y hasta los programas en los que supuestamente se hace un debate de problemas sociales. Entre estos últimos se encuentran los denominados talk shows, los cuales tuvieron su auge, pero que luego de ser cambiados de horario, canal y de conductores, finalmente tuvieron que ser retirados del aire con el desprestigio a cuestas.

Mientras los programas de "discusión" de Canal 11 como "Diálogos en Confianza" y "Escuela para Padres", además de plantear una problemática, cuentan con verdaderos especialistas que orientan y apoyan a quienes plantean su problemática ante las cámaras, en series como "Hasta en las mejores familias" azuzan a los "panelistas" que plantean sus conflictos con el propósito de hacer más grande el "show" en las pantallas y que la gente se divierta cuando una pareja de novios o esposos literalmente se "deschongan" por la infidelidad de uno o de otro, sin dar ningún apoyo o asesoría para superar sus conflictos conyugales.

Bajo el entendido de que este tipo de programas, así como llegan se van, es de considerar las repercusiones que pueden tener en el poco o mucho tiempo en que estén al aire, pues van generando una serie de imágenes nocivas en el público "vulnerable" -infantil y juvenil- que tanto defienden estas agrupaciones.

Como todo en este planeta, tiene su precio, A Favor de lo Mejor recupera su "inversión" mediante la impartición de cursos-taller a quienes se interesan por mejorar los contenidos en los medios de comunicación como son estudiantes, padres de familia y profesores, así como a simpatizantes de algún partido político, que en la mayoría de los casos son del Partido Acción Nacional (PAN), con el que se identifican ampliamente.

Los talleres de Conciencia Crítica, que sólo tiene un costo de recuperación realmente mínimo en comparación a las aportaciones que realizan sus simpatizantes afiliados, se basan en dar a conocer a los "multiplicadores de conciencia crítica" las bases de la creación de la Asociación, sus objetivos y orientan respecto a la forma en que deben dar su "clase" a los alumnos de las escuelas que previamente solicitaron una conferencia en sus planteles para conocer la problemática de los contenidos en los medios.

De igual forma, dan una serie de lineamientos y sugerencias mediante los cuales A favor de lo mejor convence a los asistentes a los cursos. El aspecto curioso es que este tipo de pláticas sólo son impartidas a estudiantes, padres de familia, profesores con un nivel económico alto. Son madres de familia que aunque tienen una profesión, se dedican "al hogar" y a velar por lo que sus hijos reciben a través de los medios de comunicación.

Los estudiantes y militantes partidistas -del instituto político en cuestión- acuden a estos cursos para "aportar " a sus compañeros de escuela o de partido los conocimientos y la inquietud por defender los derechos de los receptores a exigir mejores contenidos en televisión.

Los profesores por su parte provienen de escuelas o institutos particulares de todo el país que acuden a los cursos porque sus instituciones educativas, además de estar interesadas en el bienestar de sus alumnos, no se preocupan por viáticos porque es propio comité de padres de familia el que auspicia los gastos.

Asimismo, en las escuelas públicas –ni sus estudiantes ni sus profesores o agrupaciones de padres de familia- han sido contemplados para formar parte del grupo de “privilegiados” que acuden a los talleres de Conciencia Crítica. La respuesta es simple: si un padre de familia difícilmente puede costear los gastos de la educación de sus hijos –porque no sólo tiene uno- más lo sería cuando supiera que tiene que pagar una cuota para gastos de “recuperación” por la plática que les será impartida y preferirá invertir ese dinero en otra cosa.

Hay un sinfín de sugerencias como son el de adoptar una buena postura, hablar con voz convincente y diálogos claros para que el receptor que va encaminado a ser un multiplicador de conciencia crítica logre aumentar el número de individuos pensantes y, de manera adicional, de adeptos a la Asociación. Al final de la sesión, cada uno de los asistentes recibe un folio de adscripción, en el cual consta que están preparados para ofrecer los cursos y con ello ampliar el círculo de simpatizantes con la causa.

Esta ceremonia se repite cada curso, lo cual logra ser una cadena que se expande en todo el país. Resulta que esta vez optamos por agrandar la cadena y aumentar el número de asociados, el día de mañana contaremos en nuestra familia con un integrante que pretenderá decirnos lo que debemos y lo que no ver en nuestras pantallas caseras, ignorando nuestra capacidad de discernimiento.

Estas actividades de selección las podemos aplicar cada uno de nosotros en nuestras casas con nuestras familias de manera casi innata y razonada, sin que tengamos que acudir a talleres y cursos de recepción crítica, porque todo es cuestión de sentido común.

Si bien es cierto que el público tiene una relación estrecha con la televisión, también lo es que ésta ha sufrido cambios tanto tecnológicos como de contenidos, así como en la forma en que se dirige a los televidentes. Muestra de ello es que cada vez más se subestima al televidente con contenidos que fueron aumentando “de tono”. En el caso de las telenovelas, primero fueron temas “rosas”, de amores inocentes, que con el paso del tiempo se convirtieron en dramas pasionales y donde los temas

morales, con el propósito de establecer la bondad o maldad de las personas, se hacían cada vez evidentes.

Lo mismo pasó con las series de entretenimiento, las cuales de ser un simple e inocente "Chavo del 8", ahora son "Picardía Mexicana", "Cero en conducta" y programas de "debate", que el único debate que han provocado es si deben continuar o no al aire.

A pesar de que A Favor de lo Mejor ha sostenido reuniones con las televisoras para buscar una solución a este problema mediante la revisión de sus contenidos, el único logro que han tenido hasta el momento es que cambien de horario algunos programas.

El problema de la violencia y los medios está lejos de discutirse ampliamente y con pronto resultados, por lo que se descartan avances significativos ni siquiera en términos de concientización, pues muchas otras emisiones con altas dosis de violencia continúan y continuarán en la pantalla casera mientras no exista un compromiso de parte de los productores televisivos y anunciantes en transmitir programación y publicidad con la conciencia plena de su responsabilidad social. En tanto, los televidentes juegan el papel más importante en esta problemática, al ser quienes con su "dedo mágico" podrán apagar el televisor cuando un contenido no cumpla sus expectativas.

En este contexto, la libertad de expresión de los medios de comunicación tendrá un juego simultáneo a la libertad de elección de los receptores, convirtiéndose así en un círculo virtuoso en beneficio de ambas partes.

En tanto no se tenga una conciencia de la trascendencia de los contenidos en los medios de comunicación, la programación sólo reforzará las conductas sociales actuales.

En general, los televidentes consumen lo que en el momento difunde la pantalla chica. Si un programa sale del aire, el receptor va a hacer exactamente lo mismo que cuando introducen uno nuevo: nada. Cuando inicie transmisiones un programa que de inicio ya es criticado por su contenido, éste es visto simplemente por morbo. En caso contrario, cuando sale un programa del aire por haber sido duramente atacado por la temática de sus contenidos, entonces a la gente simplemente le da lo mismo.

Entonces, el productor tiene sobre sí el gran desafío de abordar los temas que presenta en la televisión y, en general en los medios de

comunicación con profundidad, creatividad y con respeto al público, con responsabilidad.

El televidente, por su parte, se enfrenta a una severa disyuntiva: o se resigna a tener siempre una televisión monótona, vacía, mediocre y atrasada, o cobra conciencia de sus derechos y deberes como espectador de ese medio.

## Fuentes de Consulta

### Bibliografía

Asociación A Favor de lo Mejor A.C.

Manual de percepción crítica

México, Litográfica Delta, 1998, 194 pp.

A Favor de lo Mejor

Primer Congreso Internacional "A Favor de lo Mejor" en los medios de comunicación

Memorias. Ideas y Reflexiones para que todos participemos

México, Litográfica Delta, 1999, 182 pp.

Asociación A Favor de lo Mejor A.C.

Cuando "apagarle" no es una solución...

México, Litográfica Delta, 1998, 22 pp.

Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía

LV Legislatura Congreso de Jalisco

Punto de acuerdo de solicitud ante Congreso de la Unión para supervisar contenidos violentos en televisión, para evitar influencias nocivas en la niñez y juventud, 21 de octubre de 1999, 4. pp.

Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía,

LVII Legislatura Cámara de Diputados

Ley Federal de Radio y Televisión, iniciativas de reformas y adiciones

México, Talleres Gráficos Cámara de Diputados, 1999, 81 pp.

Esteniou Madrid, Javier

Economía Política y Medios de Comunicación

México, Trillas, 1994, 132 pp.

Gómez Orozco, Guillermo

El mensaje de la televisión mexicana en los noventas

México, UIA, 1993, 75 pp.

González Requema, Jesús

El discurso televisivo: espectáculo de la modernidad

Madrid, Cátedra signo e imagen, 1992, 168 pp.

González Ruiz, Édgar  
 La sexualidad prohibida: intolerancia, sexismo y represión  
 México, Grupo Interdisciplinario de Sexología, 1998, 175 pp.

Mongin, Olivier  
 Violencia y Cine contemporáneo  
 México, Paidós, 1999, 98 pp.

Pinto Mazal, Jorge  
 Régimen legal de los medios de comunicación colectiva en México  
 México, Revista Mexicana de Ciencia Política UNAM, 1994, 180 pp.

Toussaint, Jean Philippe  
 La televisión  
 México, Anagrama, 1999, 113 pp.

Wolfgang, Marvin y Ferracutti, Franco  
 Subcultura de la violencia  
 México, FCE, 1967, 382 pp.

## **Hemerografía**

AFP, NTX, Reuters  
 "¡Fuera sangre de la televisión!"  
 Reforma, 16 de febrero de 1996, p.10E Gente

AFP, NTX, Reuters  
 "Piden frenar violencia en TV"  
 Reforma, 22 agosto de 1998 , p. 13E Gente

AFP, Reuters, API  
 "Propone Bill Clinton colocar "chips" a los aparatos de TV"  
 Reforma, 11 julio de 1995, p. 17E Gente

Aguilar Rivera, José Antonio  
 "Fox y la moral"  
 El Universal, suplemento Bucareli 8 Año 4 número 162,  
 3 de septiembre del 2000, pp. 12-14

Beltrán, Antonio

"La televisión, 'Pater familiae'"

Reforma, 27 de septiembre de 1995, p. 8E Gente

Benítez, César

"Horrores de la televisión: ¿y los derechos humanos?"

La Jornada, 14 de septiembre de 1996, p. 25

Benítez, César

"En busca de la TV perdida"

UnomásUno, 14 octubre de 1995, p. 19

Berumen, Patricia

"La ruptura del 40 y Tv Azteca, por motivos legales y económicos, afirma Héctor Abadie"

La Jornada, 13 de septiembre 2000, p. 8a Espectáculos

Cabello Madariaga, Lerida

"Quién es quién en TV"

El Universal, 29 de septiembre de 1996, pp. 1 y 18

Cabrera, Omar

"Sale por falta de anunciantes"

Reforma, 7 de septiembre del 2000, p. 5E Gente

De la Selva, Alma Rosa

"Audiencias cada vez más segmentadas"

El Financiero, 18 de diciembre de 1995, p. 53

De la Selva, Alma Rosa

"Las fuerzas políticas se han desatado"

El Financiero, 11 de julio de 1996, p.60

De la Selva, Alma Rosa

"Lucha de concesiones por afianzar el poder televisivo"

El Financiero, 3 de noviembre de 1995, p.51

De la Selva, Alma Rosa

"Producir con menos dinero y obtener más ganancias: propósito de la TV abierta"

El Financiero, 6 de enero de 1998, p. 42

Ehrenberg, Felipe

"A propósito de dos visitas electrónicas"

El Financiero, 4 de enero de 1998, p. 47

Guevara Niebla, Gilberto

"¿Por qué los niños matan?"

La Jornada, 16 de abril de 1998, p.39

Huerta, César

"Buscan rating infantil"

Reforma, 25 de septiembre de 1999, p.14E Gente

Huerta, César

"Es TV juguete favorito..."

Reforma, 25 de septiembre de 1999, p. 1E Gente

Lavín López, Mario

"Amarillismo y morbo televisivo"

El Nacional, 12 de septiembre de 1995, p. 43

León, Héctor

"La metamorfosis de la televisión"

El Nacional, 22 de julio de 1996, p.37

Luna, Alan

"Vuelve Wilkins para mejorar el rating"

Reforma, 27 noviembre del 2000, p. 1E Gente

Marín, Nora

"Confunden, denigran y violentan"

Reforma, 7 de septiembre del 2000, p. 9E Gente

Marín, Nora

"Prefieren no anunciarse"

Reforma, 24 de septiembre del 2000, p. 1E Gente

Marín, Nora

"Protestan, pero nadie los escucha"

Reforma, 3 de septiembre del 2000, p. 1E Gente

Medina Macías, Ricardo

"Las coartadas de la incompetencia"

El Economista, 3 de agosto del 2000, p. 53

Mejía Baquera, Fernando  
"Hay que pensar en el bien de los niños"  
Reforma, 25 de septiembre de 1995, p.13E Gente

Mejía Baquera, Fernando  
"Televisión y video en México"  
El Nacional, 17 de junio de 1996, p.56

Monsiváis, Carlos  
"La infancia, universalidad de la imaginación"  
La Jornada, 7 de diciembre de 1995, p. 14

Notimex (NTX. Cable) Dihigo, Gilberto  
Nuestra primera y única condición  
10/06/1997

Notimex (NTX. Cable) Guevara Niebla, Gilberto  
Televisión y Violencia  
18/11/1997

Notimex (NTX. Cable) Meléndez, Jorge  
La televisión nuestra de cada día  
18/12/1998

Notimex (NTX. Cable) Meléndez, Jorge  
La violencia dominante  
13/12/1997

Notimex (NTX. Cable) Oria Razo, Vicente  
La Televisión y la violencia  
22/10/1997

Notimex (NTX. Cable) Señala Octavio Paz Necesidad de televisión para la elite  
11/10/1995

Notimex (NTX. Cable) Octavio Paz: el mercado no puede suprimir, pero si humanizar  
05/12/1995

Notimex (NTX. Cable) Llamam senadores a medios electrónicos a respetar dignidad personal  
27/11/1996

Notimex (NTX. Cable) Firmarán México y EU acuerdo para transmitir programas de TV  
08/11/1996

Notimex (NTX. Cable) Estrena Televisión Azteca video alusivo a la no violencia  
18/12/1996

Notimex (NTX. Cable) Arremete obispo de Neza contra contenidos de programas de TV  
06/11/1996

Notimex (NTX. Cable) Condenan promoción de cultura de violencia en medios electrónicos  
26/09/1996

Notimex (NTX. Cable) Influencia de la TV en explotación de la violencia y el sexo: UNPF  
07/06/1997

Notimex (NTX. Cable) Exige la sociedad terminar con violencia en TV: RTC  
02/12/1997

Notimex (NTX. Cable) Graves riesgos implica reglamentar los medios: Zabudovsky  
09/04/1997

Notimex (NTX. Cable) Hace el presidente Zedillo un llamado a la no violencia  
17/10/1997

Notimex (NTX. Cable) Firma presidente Zedillo iniciativa en materia de violencia familiar  
06/11/1997

Notimex (NTX. Cable) Sale del aire programa "Ciudad Desnuda" transmitido por TV Azteca  
05/11/1997

Notimex (NTX. Cable) Explican lineamientos de iniciativa de reformas sobre violencia  
06/11/1997

Notimex (NTX. Cable) Afirman que culto a la violencia genera más crimen organizado  
04/06/1997

Notimex (NTX. Cable) La familia, origen del incremento de la violencia en México: Amara  
14/10/1998

Notimex (NTX. Cable) Piden asambleístas se dejen de transmitir programas de TV violentos  
12/11/1998

Notimex (NTX. Cable) Causan películas de contenido violento pérdida de sentimientos  
03/12/1998

Notimex (NTX. Cable) Impulsará Senado mayor atención a programación televisiva  
10/01/2000

Notimex (NTX. Cable) Pide CNDH modificar horarios de transmisión de "reality shows"  
16/06/2000

Notimex (NTX. Cable) Propondrán televisoras soluciones al problema de "talk shows"  
19/07/2000

Notimex (NTX. Cable) Abre CNDH queja de oficio en relación a los "talk shows"  
22/09/2000

Notimex (NTX. Cable ) De susto las actitudes de algunos políticos, no los talk shows: actriz  
04/09/2000

Rangel, Ivett  
"Respetan su derecho de manifestarse"  
Reforma, 5 de septiembre del 2000, p. 1E Gente

Reyes, Gerardo

"Dañan a niños y jóvenes los contenidos violentos en los medios de información"

Excélsior, 24 junio de 1997, pp 3, 5 y 7

Reyes, Guadalupe y D'Artigues, Katia

"La nota roja nos rebasó: Miguel Bárcena"

El Financiero, 5 de octubre de 1997, p.51

Reynoso, Francisco

"Candados a la violencia televisiva"

El Economista, 11 mayo de 1999, p. 56

Reynoso, Francisco

"Proponen en Diputados se obligue a cambiar de horario los talk shows "

El Economista, 13 de septiembre del 2000, p. 45

Rondero, Roberto

"Tele-adicción a la violencia, debate en "Toma Libre""

El Universal, 6 de septiembre del 2000, p. E3 Espectáculos

Rubio, Lilia

"En EU, los niños ven 27 horas semanales de violencia por tv"

La Jornada, 9 de noviembre de 1993, p.27

Roura, Víctor

"Exhibir la degradación"

El Financiero, 23 de julio 1997, p.55

Samaniego Llanos, Raúl

"Violencia en la pantalla"

La Jornada, 5 junio de 1999, p. 55

Sánchez, Jatziri

"¡qué falso!"

Reforma, 24 de septiembre del 2000, p. 1E Gente

Valenzuela, Angélica

"Sólo un seis por ciento de los programas estimula la crítica"

El Universal, 26 de septiembre de 1995, p.36

Vargas, Rosa Elvira y Abelleira, Angélica  
"Cebrián: el lenguaje es creado primordialmente por los medios"  
La Jornada, 9 de abril de 1997, p. 12

Villanueva, Ernesto  
"¿La violencia debe censurarse o exhibirse para entenderla?"  
El Financiero, 30 de agosto de 1999, pp. 100-101

Villanueva, Ernesto  
"La televisión mexicana: entre el interés público y los fines privados"  
El Financiero, 9 de agosto de 1996, p. 32

### **Fuentes vivas**

Amara, Giuseppe. Psicoanalista y psiquiatra  
Conferencia de prensa, 14 de octubre de 1998

Esonda, Ricardo. Presidente de Provida  
Entrevista, 22 abril de 1998

González Garza, Francisco. Presidente de "A favor de lo Mejor en los Medios"  
Entrevista, 22 abril 1998  
Conferencia de prensa 21 julio del 2000  
Entrevista. 25 mayo del 2000  
Entrevista. 1 de junio del 2000

Gutiérrez, Guillermo. Profesor de Moral y Bioética de la Arquidiócesis de México  
Foro "Los talk shows: impacto en la sociedad". 26 de julio del 2000

Limón Rojas, Miguel. Secretario de Educación Pública  
Entrevista. 26 de noviembre de 1997

Luna Parra, María Angélica. Presidenta de la Comisión Especial a Grupos Vulnerables  
Foro "Los talk shows: impacto en la sociedad". 26 de julio del 2000

Moreno Uriegas, María de los Angeles. Presidenta de la Gran Comisión del Senado de la República, entrevista, 10 de enero 2000

Núñez Orellana, Olivia. Directora de Conciencia Crítica de A Favor de lo Mejor

Entrevista. 25 mayo del 2000

Entrevista. 1 de junio del 2000

Conferencia de prensa. 30 julio del 2000

Paoli, Antonio. Catedrático de la Universidad Autónoma Metropolitana

Entrevista, 9 de noviembre de 1997

Robleda, Margarita. Escritora de cuentos infantiles

Entrevista, 18 de octubre de 1998

Salinas Pliego, Ricardo. Presidente de TV Azteca

Entrevista, 21 de abril de 1998

Solis, Beatriz. Investigadora en medios de comunicación.

Entrevista, 24 de septiembre de 1997

Sosa Hernández, José Manuel. Psicólogo del Instituto Mexicano del Seguro Social

Entrevista, 12 de marzo de 1998

Támez, María Eugenia. Directora del programa "Diálogos en Confianza"

Foro "Los talk shows: impacto en la sociedad". 26 de julio del 2000

## **Internetgrafía**

<http://www.afavordelomejor.org.mx>

<http://www.ccp.ucla.edu>

[http://www.editionz/TV\\_violence/tv-v.html](http://www.editionz/TV_violence/tv-v.html)

<http://www.enlace.org.mex>

<http://www.get/marcy6/105f96/media>

<http://www.provida.org.mx>

<http://www.sct.com.mx>

<http://www.segob.com.mx>

<http://www.umd.umich.edu>