

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

MAESTRIA EN ESTUDIOS LATINOAMERICANOS

TELEVISIÓN ABIERTA Y CULTURA POLÍTICA EN MÉXICO. UN CASO
DE ESTUDIO PARA COMPRENDER AMÉRICA LATINA

MARIANA RAMÍREZ GÓMEZ

DIRECTOR DE TESIS: DRA. FLORENCE TOUSSAINT ALCARÁZ

AGOSTO DE 2007



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

AGRADECIMIENTOS

Una parte considerable de la elaboración de este trabajo de investigación, fue posible gracias al apoyo de la profesora Florence Toussaint Alcaráz, mi tutor de maestría. A partir de la lectura de sus artículos publicados en revistas y libros, así como de sus obras completas. A través de sus clases impartidas en el Posgrado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales: Teorías Contemporáneas sobre Comunicación y Seminario de Investigación, así como del Seminario Permanente “Los medios audiovisuales en la educación y la cultura” realizado en el Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación, coordinado por ella durante dos años, en el que participaron destacados investigadores del área histórico-social, orientados al estudio de la comunicación mayormente masiva y a partir del Proyecto PAPIIT, “El impacto de la televisión pública en la cultura mediática”, que actualmente coordina y que en conjunto, me permitieron conocer un poco más las características de este universo inacabado que representa la comunicación de masas. Sin olvidar, sus observaciones, sugerencias y correcciones, así como transmisión de conocimientos, que enriquecieron de manera particular este trabajo y de manera general mi formación académica. Por todo ello, mi agradecimiento y admiración siempre.

A mis profesores de la maestría en Estudios Latinoamericanos: Margarita Favela Gavia, Gerardo de la Fuente, Norma de los Ríos, Alfredo Ávila, Teresa Aguirre, Lucia Sala, Margara Millán, Rossana Cassigolli, Jorge Ruedas de la Serna, Berenice Ramírez López, Miguel Concha Malo, Bolívar Echeverría, Jorge Turner Morales, José María Calderón y Lucio Oliver Costilla, por impartir ejemplarmente cada una de las sesiones, que representan un valor excepcional de conocimientos sobre América Latina, en todas las vertientes: desde el ámbito político, hasta el filosófico y literario, que engrandecen los estudios latinoamericanos.

A los profesores Rodrigo Gómez García, Maya Aguiluz Ibarguen, Delia Covi Druetta y Rossana Cassigolli Salamón, quienes dedicaron su tiempo en la revisión de este trabajo, proporcionándole importantes sugerencias que indudablemente lo mejoraron.

A mi amiga, la profesora Ana Eunice Calderón Marroquín, por su compañerismo, amistad y tiempo.

A mi alma mater, la Universidad Autónoma del Estado de México, junto a mi segunda casa académica: la UNAM. Por todo lo que representan: un espacio que abre las puertas a la discusión, el consenso. Valiosas sobre todo por qué promueven el conocimiento científico y humanístico a pesar de los problemas que enfrentan, pero que día a día con responsabilidad a través de ellas se ejerce un derecho universal: el acceso a la educación.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). Asimismo, a la Dirección General de Estudios de Posgrado y al Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica PAPIIT, dependencias de la UNAM, por el apoyo brindado.

*Para mis padres, Luis y Rebeca y
mi hermano Edson... mi familia.*

ÍNDICE

PÁG.

INTRODUCCIÓN.....	5
CAPÍTULO I TELEVISIÓN ABIERTA EN AMÉRICA LATINA.....	13
CAPÍTULO II TELEVISIÓN ABIERTA EN MÉXICO.....	35
CAPÍTULO III CONCEPTO DE CULTURA POLÍTICA.....	60
CAPÍTULO IV TELEVISIÓN ABIERTA Y CULTURA POLÍTICA EN MÉXICO.....	85
CAPÍTULO V ¿QUÉ TIPO DE CULTURA POLÍTICA TRANSMITE LA TELEVISIÓN ABIERTA EN MÉXICO?.....	105
CONCLUSIONES.....	143
ANEXOS.....	148
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.....	180

INTRODUCCIÓN

El objetivo general de este trabajo, es establecer un acercamiento analítico sobre la cultura política transmitida en la televisión abierta en América Latina, a partir del estudio particular del caso mexicano, que requiere el análisis de los valores, actitudes, ideas, conocimientos, en torno al ámbito político que no se remiten sólo a la macropolítica sino también, a la micropolítica, plasmados en la televisión abierta mexicana, a través del estudio cualitativo y cuantitativo de los programas de contenido político que consisten en la presentación de noticias, entrevistas, reportajes y mesas de discusión.

Dicho estudio se construye a través del análisis de diecisiete programas grabados durante seis meses (desde el mes de agosto de 2005 hasta el mes de enero de 2006), de los cuales se analizan aspectos como el género, horario y desarrollo de los programas a partir del conocimiento de la estructura de cada uno, que a su vez implica el conocimiento de otras variables como los temas expuestos y su tratamiento, el discurso e imagen de los conductores y coconductores o colaboradores presentados en la emisión (como reporteros), de los invitados, de las audiencias (a través de entrevistas o sondeos) y el discurso del texto plasmado en las imágenes. Así como el estudio del escenario a partir de la descripción del mismo y los planos utilizados que resaltan la importancia de los conductores e invitados.

Con el estudio de estos elementos se identifica y demuestra la cultura política de la televisión abierta mexicana, a través del análisis de la programación, pero también a partir del conocimiento del contexto político en que se desenvuelve (las relaciones con el gobierno y el desinterés de la sociedad, que de alguna manera propician su comportamiento, ligado al

entretenimiento y a lo comercial) y que en conjunto permiten comprender lo que ocurre en la región latinoamericana.

En términos generales, se concibe a la cultura política plasmada y transmitida por este medio de comunicación masivo, como autoritaria¹ y antidemocrática, alejada de lo que Almond y Verba denominan como cultura política cívica (de acuerdo a estos autores, este tipo de cultura política resulta de la combinación de la tipología central propuesta por ellos: la cultura política de súbdito, parroquial, y participativa) por diversas razones. En primer lugar, por la cantidad de programas dirigidos al ámbito político, que comparados con los de entretenimiento y diversión, son limitados. En segundo lugar, por el contenido, que suele estancarse en los formatos tradicionales enmarcados por el tiempo mínimo en televisión, perjudicándose el tratamiento de los temas, que suele ser escueto y sin explicación profunda. En tercer lugar, por la exclusión de temas e invitados en los programas de televisión, que posibilitarían la discusión más profunda y la exposición de problemas estructurales e históricos desarrollados en el país. En cuarto lugar, por la exposición de temas coyunturales agendados, sin considerarse temas históricos profundos que expliquen por ejemplo, la desigualdad social. En quinto lugar, por excluir en la producción, a la sociedad mayoritaria o a

¹ “El adjetivo autoritario y el sustantivo autoritarismo, que se deriva de él se emplean sobre todo en tres contextos: la estructura de los sistemas políticos, las disposiciones psicológicas relacionadas con el poder y las ideologías políticas. En la *tipología de los sistemas políticos* se suele llamar autoritarios a los regímenes que privilegian el aspecto del mando y menosprecian de un modo más o menos radical el del consenso, concentrando el poder político en un hombre o en un solo órgano y restando valor a las instituciones representativas: de ahí la reducción a la mínima expresión de la oposición y de la autonomía de los subsistemas políticos y la anulación o la sustancial eliminación de contenido de los procedimientos y de las instituciones destinadas a transmitir la autoridad política desde la base hasta lo alto. En *sentido psicológico*, se habla de *personalidad autoritaria* para indicar un tipo de personalidad formada por diversos rasgos característicos y centrada en la unión de dos actitudes íntimamente relacionadas entre sí: por una parte, la disposición a la obediencia celosa a los superiores y al respeto y a la adulación de todos los que detentan la fuerza o el poder; todos los que detentan la fuerza o el poder; por la otra, la disposición a tratar con arrogancia y desprecio a los inferiores jerárquicos y, en general, a todos los que están privados de fuerza o de poder. Las *ideologías autoritarias*, finalmente, son ideologías que niegan de una manera más o menos decidida la igualdad de los hombres, ponen mayor hincapié en el principio jerárquico, propugnan formas de regímenes autoritarios y a menudo exaltan algunos elementos de la personalidad autoritaria como si fueran virtudes...” Bobbio, Norberto, et.al., *Diccionario de política*, Volumen I, Siglo XXI Editores, México, 12 edición, 1998, p. 125.

sectores sociales participativos que representan intereses comunes, así como a académicos, estudiantes y líderes sociales y de oposición política. En sexto lugar, por el discurso que se emplea que suele ser oficial, excluyéndose el pluralista y el discurso de oposición proveniente de organizaciones sociales que reaccionan frente a las medidas del gobierno.

Estas características propician que valores políticos democráticos, como la tolerancia, la pluralidad, y la igualdad, no se observen tanto en el discurso, como en la actitud de los conductores e invitados.

Es importante el estudio de este tema, porque:

“En las sociedades contemporáneas, los medios electrónicos desempeñan un papel cada vez más destacado en la conformación de visiones del mundo colectivas dentro de las cuales las preferencias y opciones políticas constituyen parte fundamental. Las ideas en torno al Estado y sus funciones, a los gobernantes y sus actos, a la toma de decisiones en materia económica y social, a la lucha política e ideológica en cualquiera de sus formas se ven retratadas en la radio y la televisión del mundo entero. México se localiza ya dentro de esta constelación”.²

En este marco, la televisión abierta influye en el desarrollo social y político al interior del Estado mexicano, al funcionar como vehículo socializador junto a la familia, la escuela, la iglesia³ y los grupos de pares⁴. Al ser transmisor de ideologías, de estilos de vida, que propagan cultura, que condicionan y construyen el sistema social que se reproduce influenciado ampliamente por este agente socializador.⁵ Al ser transmisor de información

² Toussaint Florence, “Inequidad y democracia: realidad en los medios electrónicos”, *Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado*, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM, La Jornada, México, 1995, p. 17

³ Esteinou, Madrid, Javier, *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*, Editorial Trillas, 2ª edición, México, 1992.

⁴ Bobbio, Norberto, *Diccionario de Política*, Volumen II, Siglo XXI Editores, 12ª edición, México, 1998, p. 1517

⁵ Roger Bartra considera a estos agentes socializadores como “redes extraterritoriales, metademocráticas, transnacionales, globales e incluso posnacionales (que) a primera vista, estas redes culturales abarcan un conjunto extremadamente heterogéneo: medios de comunicación (prensa, radio, televisión, internet); escuelas y universidades, grupos étnicos, religiosos, sexuales, editoriales y hospitales; organizaciones no gubernamentales, iglesias, sectas, agrupaciones marginales con vocaciones diversas... (debido a que) el poder estatal no sólo se legitima por un ejecutivo eficiente, un parlamento representativo y una vigilancia justa. Se legitima

política, pero también de conocimientos políticos, muchos de ellos vagamente cimentados y contruidos por los intereses privados dirigidos a fines comerciales que imposibilitan la arquitectura de un verdadero ciudadano.

Para fines de esta investigación se considera el concepto de cultura política propuesto por Almond y Verba definido como el conjunto de valores, actitudes, costumbres e ideas que los individuos adquieren sobre los objetos políticos⁶, a partir de construcciones simbólicas e interpretaciones sobre la vida política. Es decir, sobre las instituciones, institutos, actores y procesos políticos, desarrollados al interior del Estado, cimentados a través de vehículos socializadores como los medios masivos de comunicación, que actúan en el proceso de socialización política entendida como “aquel conjunto de experiencias que en el curso del proceso de formación de la identidad del individuo contribuyen en particular a plasmar la imagen que tiene de sí mismo en los enfrentamientos con el sistema político y al definir la relación que instaura con las instituciones políticas”.⁷

Cabe aclarar que algunos estudios de cultura política en América Latina, establecen nuevas propuestas dirigidas a la ampliación cualitativa de la noción y el campo de la cultura política a partir de su ubicación dentro de imaginarios políticos y procesos de estructuración, en donde se concibe a ésta como “un imaginario colectivo construido en torno a los procesos y objetos políticos...qué es también un proceso de estructuración fundado en la operación conjunta de poderes causales de los actores, así como de propiedades estructurales del campo

principalmente por procesos culturales, educativos, morales e informativos que constituyen redes de vasos comunicativos que no respetan las fronteras tradicionales, ni las que dividen a los tres poderes, ni las de carácter territorial (sean electorales, estatales, nacionales, etc.), ni las que separan los órdenes jerárquicos. Estas redes tienden a establecer nuevas y diversas formas, relativamente autónomas, de poder ciudadano.” Bartra, Roger, *Anatomía del mexicano*, Editorial Porrúa y Janés, México, 2002, p. 18.

⁶ Almond Gabriel y Verba, Sydney, *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en cinco naciones*. Fundación de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada, Madrid, 1970.

⁷ Bobbio, op.cit., p. 1514

de lo político...que capte cómo es que los actores crean el campo de lo político al tiempo que son creados por él”.⁸

Asimismo, se considera que el concepto de cultura política debe “resurgir”, sobre todo por la presencia de recientes procesos políticos trazados por nuevas formas de organización encabezados por la sociedad civil, que funge como un actor político importante, en procesos de democratización en la región. En este sentido, se hace hincapié, que el concepto de cultura política debe evolucionar, a partir de las transformaciones políticas desarrolladas en el contexto latinoamericano, que posibilitarían un mejor entendimiento de la vida política.

Los estudios sobre televisión en América Latina, abarcan infinidad de temas desde diversas perspectivas relacionados con análisis de contenido a través de monitoreos para analizar la programación transmitida.⁹ Así como de investigaciones referidas a la relación de poder entre los Estados con los empresarios de televisión que dificulta el funcionamiento educativo y cultural de este medio, que se agudiza en la etapa neoliberal . Sin olvidar, los estudios culturales que demuestran el impacto mediático de la televisión en las sociedades políticas, provocando transformaciones en las formas de concebir al mundo, toda vez que son transmisores de estilos de vida distintos a los desarrollados en Latinoamérica. Esta situación supone la creación de nuevas formas de comunicación masiva que fortalezcan la identidad nacional y la integración regional .¹⁰

⁸ Echegollen, Guzmán, Alfredo “Cultura e imaginarios políticos en América Latina”, *Metapolítica*, Volumen 2, Número 7, México, 1998, p. 502

⁹ Aceves, González, Francisco de Jesús, “Monitoreo de medios y democratización en América Latina. La participación ciudadana en la vigilancia de la función informativa de los medios de comunicación de masas” *Comunicación y Sociedad*, Nueva Época, número 1, enero-junio de 2000, en página web: <http://fuentes.csh.udg.mx>

¹⁰ Investigadores como Elizabeth Fox (Medios de comunicación y política en América Latina, Ediciones Gilli, México, 1989, Televisión y Democracia, Instituto para América Latina, Perú, 1989), Néstor García Canclini (Culturas híbridas, CONACULTA, 1989, Javier Esteinou Madrid (Siglo XXI, leyes del mercado y nuevos proyectos de comunicación en América Latina, Revista Electrónica Razón y Palabra, número 21, febrero-abril de 2001), Jesús Martín-Barbero (De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía, Ediciones G. Gilli, Barcelona, 1987), Rafael Rocagliolo (La integración cultural latinoamericana: foro sobre políticas

Con relación a la comunicación política, el estudio de los emisores, también se remite al estudio del contenido a partir del análisis del discurso de los funcionarios públicos, como es el caso de Argentina¹¹, donde investigadores de la comunicación analizaron el comportamiento mostrado en los medios audiovisuales del presidente electo Carlos Menem, quién aprovechó el medio, para acercarse a la sociedad a través de sus apariciones constantes en la televisión a partir de 1989.¹²

En el caso de México, desde sus inicios la televisión abierta ha contado con programas de contenido político como los noticieros, pero también de programas que proporcionan análisis y debate político, incrementando su número en años recientes, en la llamada transición política, en la cual, los partidos políticos de oposición obtienen espacios en las esferas de gobierno y en el poder legislativo, así como en los medios audiovisuales.

Bajo estas perspectivas, esta investigación tiene como propósito analizar de manera concreta la situación de la televisión mexicana en la modalidad abierta y la cultura política, a partir del estudio de la programación de contenido político transmitido por este emisor de la comunicación, y de esta manera, establecer un acercamiento sobre la cultura política que transmite, como caso de estudio para comprender América Latina. Su análisis se lleva a cabo partiendo de la relación entre la televisión y la cultura política, principalmente, porque este medio actúa como agente de socialización política junto a la escuela, la familia, la iglesia; que orienta, define y contribuye en la formación del individuo como ser político, en su visión sobre los objetos políticos y en su relación con estos.

culturales audiovisuales en América Latina, Opción, México, 1992), Armand Mattelart (Para leer al pato Donald, Universitarias, 1970), entre muchos otros autores, que se han preocupado por estudiar estos temas relacionados con los medios de comunicación masivos como la televisión en América Latina.

¹¹ Mangone, Carlos y Warley, Jorge, (Editores), *El discurso político del foro a la televisión*, Editorial Biblos, Buenos Aires, 1994.

¹² Quevedo, Luis, Alberto, "Videopolítica y cultura en la Argentina de los noventa", Winocur, Rosalía, (compiladora), *Culturas políticas a fin de siglo*, Juan Pablos Editor, FLACSO, México, 1997.

Este trabajo consta de cinco capítulos cimentados por distintos marcos de estudio como el conceptual, el histórico y el referencial, apoyados de diversos métodos como el empírico, el cualitativo y cuantitativo. En el primer capítulo, se establecen las características de la televisión abierta en América Latina a partir del estudio histórico, sistémico y estructural, tomando como referente las formas de gobierno en Latinoamérica, los cambios tecnológicos que posibilitan su transformación, así como los contenidos políticos de la programación. Sin olvidar, su carácter de industria cultural.

Posteriormente, en el segundo capítulo, se analizan las características de la televisión abierta en México, destacando su comportamiento histórico, su composición, funciones y desenvolvimiento social, condicionado por intereses económicos y políticos que impiden que sea un bien público de la nación. Pero antes bien, se considera importante retomar aspectos teóricos que definen de manera general a los medios de comunicación de masas y en particular a la televisión.

En el siguiente capítulo se analiza el concepto de cultura política, a partir del establecimiento de sus características principales, de las teorías que la envuelven y de su situación histórica y actual, tomando como referentes a diversos autores que proporcionan ideas claras y diversas en torno a la noción de cultura política.

En el cuarto capítulo, se vinculan ambos conceptos, con el objetivo de mostrar la importancia de su relación, a través del establecimiento de algunas ideas relacionadas con la televisión como socializadora de cultura política, como la función social de informar y el desarrollo histórico de la televisión mexicana frente al ámbito político.

Finalmente, en el quinto capítulo, se establece el tipo de cultura política que transmite la televisión abierta en México, a partir del análisis empírico de programas de contenido político transmitidos en los diferentes canales que componen la televisión abierta mexicana.

Como se manifiesta al inicio de ésta introducción, el análisis realizado consistió en la observación directa de diversos programas de contenido político grabados durante seis meses, de los cuales se estudio algunos componentes que conforman la estructura de dichos programas como el género y tipo de programa, horario, desarrollo, temas, conductores e invitados, así como la imagen, el texto, el discurso, y los planos que se emplean, con el objetivo de demostrar la hipótesis. Los datos obtenidos de las variables seleccionadas de estos programas, fueron interpretados de manera cualitativa y cuantitativa. Es decir, la interpretación se construyó a partir de resultados numéricos y basándose en el contexto o ambiente en la que se desarrolla la televisión.

Al final del trabajo, se colocan cuadros técnicos que muestran los datos obtenidos de las variables identificadas de los programas analizados, que permitieron establecer las conclusiones finales en torno a la cultura política transmitida por la televisión abierta en México.

TELEVISIÓN ABIERTA¹ EN AMÉRICA LATINA

El desarrollo y la situación actual de los medios de comunicación masivos en América Latina, se encuentran condicionados por el contexto socio-político, económico y cultural presentes en la región, que en conjunto posibilitan rasgos comunes en el comportamiento de estos medios en cada uno de los países que la integran.

En el ámbito político, los Estados latinoamericanos se enfrentan a procesos democráticos sustentados en elecciones de representantes populares de manera periódica, cuyos gobiernos se sustentan en lineamientos jurídicos y en instituciones políticas, así como en principios de tolerancia, respeto y consenso político entre los diversos poderes y entre las fuerzas políticas, junto a la participación de la sociedad organizada que poco a poco ha encontrado espacios de participación, sin sufrir represión política por parte de las autoridades gubernamentales.

En el terreno económico, la situación no es tan alentadora como en la vida política, debido al estancamiento y a las crisis continuas, que dificultan el desarrollo de las sociedades latinoamericanas, que se ven impedidas al acceso de mejores niveles de vida y por ende a mejores formas de comunicación e información. En este sentido, las políticas neoliberales llevadas a cabo en la región, no han solucionado los problemas socioeconómicos de la

¹ Es definida como “la que agrupa todas los canales cuya señal puede ser captada por cualquier aparato y no requiere de algún implemento adicional o contraprestación económica por derecho a visualizarlo. Este concepto responde a la clasificación de la televisión de acuerdo con la naturaleza de la recepción de la señal.” Guzmán, Cárdenas, Carlos E., *Las cifras de los medios de comunicación en Venezuela 1990-2003. Anuario Estadístico Cultural*, Editorial Fundación Empresas Polar, Venezuela, 2006, p. 270.

población, por el contrario se han agudizado en la actualidad. Esto se refleja en la inequitativa distribución de la riqueza y en el acceso del consumo de bienes y servicios.

Pero no todos los sectores sociales han perdido bajo los esquemas neoliberales en los Estados democráticos latinoamericanos. Sólo grupos pequeños que cuentan con capital financiero y comercial, han encontrado el camino perfecto trazado por las políticas del libre mercado caracterizadas por la apertura de los mercados, la liberalización de los flujos financieros y la privatización de importantes activos estatales.

Este marco político y económico influye de manera determinante en el ámbito cultural, que encuentra su expresión y manifestación latente, así como nuevas formas de producción en los medios de comunicación masivos que se ven afectados por dichas políticas al privatizarse empresas que sustentan actividades de comunicación como la radio, la televisión y la prensa, expandiéndose la iniciativa privada nacional e internacional.

Bajo estas perspectivas, se identifican dos aspectos que definen el desarrollo de estos medios y que a su vez posibilitan la consolidación de grupos de comunicación que buscan incrementar su poder económico a partir de la inversión en otras actividades económicas relativas a las industrias culturales. Dichos aspectos son la concentración y centralización reflejadas en el número de propietarios de los medios que cada vez son más reducidos y en la cobertura regional y alcance de la población en su consumo, trayendo como consecuencia la dificultad de plasmar la diversidad cultural, toda vez, que dicha concentración y centralización actúan bajo esquemas comerciales y de publicidad. Ejemplos de dichos grupos de comunicación en América Latina son: Televisa de México, Cisneros de Venezuela, Globo de Brasil y Clarín de Argentina, cuyos objetivos son económicos y político-ideológicos.

Asimismo, los grupos de Colombia, Caracol y RCN buscan consolidarse como grupos de comunicación fuertes en la región²

En el marco económico actual delineado por el modelo neoliberal y el proceso de globalización, que repercute en el desenvolvimiento de las industrias culturales de la región, se observan de los medios masivos desarrollados en América Latina: solidez en los mercados nacionales que posibilitan su expansión diversificada y regional y el desarrollo de importantes alianzas y acuerdos comerciales entre los grupos latinoamericanos y transnacionales con el objetivo de desarrollar nuevos servicios de comunicación masiva e información. En este sentido, se vislumbran niveles de concentración de la propiedad ejercidos por grupos de comunicación ubicados en Argentina, Brasil, México y Venezuela, así como el crecimiento de nuevos grupos en Colombia.³

De acuerdo a Guillermo Mastrini y Martín Becerra la televisión abierta es la industria cultural más fuerte del sector económico en América Latina, debido a la inversión publicitaria que rebasa a la de la radio y la prensa escrita y por el grado de penetración en los hogares latinoamericanos, convirtiéndose hasta en la actualidad, en el principal medio de entretenimiento e información. De todos los países, Brasil ocupa el primer lugar en facturación por medio de publicidad, seguido de México, Argentina, Perú y Colombia.⁴

Bajo este panorama, se considera a la televisión abierta, como el medio de comunicación más importante de América Latina. Las estadísticas que reflejan su desarrollo en la praxis social y política lo respaldan.⁵ A pesar del surgimiento de otras formas de

² Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo, “La concentración infocomunicacional como barrera: el caso de América Latina” en página web: http://www.portalcomunicación.com/dialeg/paper/pdf/66_becerra.pdf

³ Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo, “La concentración de las industrias de la comunicación en América Latina; el reto de una integración económica continental”, en página web: <http://www.rebelión.org/noticia.php2>

⁴ Ibidem

⁵ Existen datos relacionados a las preferencias de las audiencias sobre la utilización de la televisión como medio de entretenimiento, sobre los contenidos, sobre las televisoras y sus distintas modalidades, y sobre los vaivenes

comunicación, producto de las nuevas tecnologías, hoy en día, no ha sido desplazada. Algunos datos son reveladores, que aportan conocimiento sobre la situación real de la televisión frente a las sociedades latinoamericanas: la población le dedica un mínimo de tres horas diarias, para entretenerse o informarse a través de contenidos transmitidos las 24 horas del día, caracterizados por géneros diversos, predominando las telenovelas, que representan los mayores niveles de audiencia en cada televisora de los distintos países.⁶

Su alcance es casi infinito. En la actualidad un 95% aproximadamente de las sociedades del continente cuenta con un televisor de señal abierta.⁷ Económicamente representa un poder no desperdiciado, utilizado más como un bien privado que público, que deja grandes cantidades de dinero a sectores minoritarios, quienes con anterioridad contaban con otros negocios mediáticos, resultándoles más fácil el acceso a la industria televisiva, con apoyo total de la clase política.

Esto posibilita un consumo obligatorio que la convierte en una industria cultural consolidada desde la década de los setenta, cuando el sector privado-comercial interviene en su funcionamiento a través de inversiones económicas que facilitan su transformación en algunos casos continua, en otros un poco rezagada, dependiendo de la intervención de los distintos gobiernos en cada contexto histórico que delinea la política interna o viceversa.

En este marco, la función social y pública de la televisión abierta y en menor proporción la cerrada (de cable o satelital), queda rezagada y olvidada, aún a pesar de que

en que se ha visto envuelta por los cambios en los regímenes políticos desarrollados en la región y por la intervención financiera de empresas extranjeras en televisoras comerciales nacionales, que modifican sus funciones sociales, así como por las convergencias tecnológicas que consagran a la televisión al terreno de lo comercial. Más adelante se puntualizarán.

⁶ Algunos ejemplos: *La extraña dama* transmitida en 1989, obtuvo niveles de audiencia de 46.7 puntos en Argentina. En Brasil, las telenovelas alcanzan un nivel de audiencia del 67%. Mientras que en Chile, la telenovela *Amores de mercado*, transmitida a nivel nacional en el 2001, alcanzó un rating de 46.8%. Orozco, Guillermo, (coordinador), *Historia de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, 2002.

⁷ En Venezuela, la posesión de aparatos de televisión es de 98% Ibid., p. 251

como en el caso de Chile, es el Estado quien regula, vigila, legisla y administra un canal de televisión nacional. Es difícil percibir en este medio, a través de su programación a la educación política, vista como un derecho y una obligación de cualquiera que se considere ciudadano. Solo se remite la información política a los clásicos noticiarios que poco a poco caen en el espectáculo descontextualizado; confundiendo al público, al no explicar la noticia.

Durante estos últimos años, predominan en las televisoras latinoamericanas los reality shows⁸, los cuales exponen la vida común sin aportar beneficios sociales a la población, que a su vez está inmersa en continuas crisis económicas, pero también en conocimientos, ideas y creatividad. La pobreza de la región no es solo material, también es cultural e intelectual alimentada por medios, como la televisión.

Su funcionamiento depende de los intereses privados y políticos de los sectores económicos fuertes, nacionales y transnacionales, así como de la clase política encabezada por grupos oligárquicos como los militares o los burocráticos-autoritarios⁹ partidistas, que buscan beneficiarse a partir del otorgamiento de permisos, licencias o concesiones hacia los grupos más fuertes en el terreno económico y político. Es el lugar donde los políticos se hacen empresarios y los empresarios se hacen políticos.

Las consecuencias son claras: la exclusión total de la sociedad civil en la programación, contenidos, elaboración que sin embargo, trabaja diariamente a través de la organización común, para encontrar espacios y posicionarse en la producción televisiva y crear otras formas de televisión alternativa a la predominante comercial con fines de

⁸ Son programas dedicados a mostrar la vida de gente común que expresa sus emociones, su personalidad, sus problemas individuales, sin aportar beneficios sociales y educativos al auditorio. El objetivo de la transmisión de estos programas es entretener al público, conmoviéndolo a partir de las experiencias de los personajes presentados. El término “reality show” se maneja en las empresas de televisión y por ende en el auditorio, debido a que dichos programas se originan en Europa y Estados Unidos.

⁹ Ver más en O’Donnell, Guillermo, “Reflexiones sobre las tendencias de cambio del Estado burocrático-autoritario” en *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 39, núm.1, México, 1977.

entretenimiento que expone contenidos de baja cultura caracterizada por la inmediatez, la superficialidad y la ideología materialista. Una televisión alternativa ligada a la transmisión de contenidos regionales y nacionales que destaquen la historia y las raíces particulares de América Latina, es la búsqueda social.

Todos estos aspectos generales, muestran claramente a la televisión como: “varias televisiones: una televisión-institución, una televisión-medio, una televisión-cultura, una televisión-lenguaje, una televisión-referente, pero sobre todo una televisión-mercado y una televisión- política”.¹⁰

Bajo este esquema, la televisión latinoamericana es un sistema, que cuenta con entramados diversos o elementos interrelacionados. En su interior existen subsistemas que la definen, cuyo funcionamiento depende de los objetivos o fines de quienes controlan el sistema televisivo. En este marco, la televisión-política, está en declive, por su relación con otros subsistemas como la de mercado y de institución. En este terreno:

“La política en la televisión siempre ha estado presente de una u otra manera en las diferentes televisiones de los países latinoamericanos. A veces como abierta propaganda al gobierno o a las dictaduras de turno, otras como manipulación sutil o burda de una ideología o perspectiva particular, otras más como ocultación a las audiencias de sucesos y movimientos sociales que amenazan el “estatus quo” y otras como morfa, burla o choteo a la información política a través de programas cómicos. Cada vez más, los escándalos políticos constituyen objetos de “televisación” generalizada, sin importar el sesgo ideológico que supongan en sí mismos, o el posible coste político para la empresa televisiva. Aparentemente, ningún coste ya es tan significativo que las empresas de televisión lo puedan asumir”.¹¹

La vida política y social (la pública, la que nos interesa a todos) regional, nacional e internacional es plasmada en la pantalla latinoamericana de manera breve, casi perceptible, por la abrumadora programación de entretenimiento cuyo contenido proviene del extranjero, de las cadenas estadounidenses y de otros países de la propia región, en el que están inmersos

¹⁰ Ibid., p. 15

¹¹ Ibid., p. 19

intercambios de productos y formatos telenoveleros, así como importaciones de ideas grotescas trasladadas a cada país, de acuerdo a su idiosincrasia, pero sin rebasar otras propuestas distintas, que de forma mayoritaria en la programación, contribuyan al fortalecimiento cultural y educativo de la población. No la cultura y educación a la que estamos acostumbrados a observar por televisión. La que propicia valores, ideas, concepciones y costumbres materialistas, consumistas, individualistas, que ubican al ser humano más como un objeto vendible que como un ser racional.

Los programas de contenido político como los informativos o de opinión ocupan diariamente espacios matutinos en la televisión latinoamericana. Han evolucionado estéticamente por las innovaciones tecnológicas, pero empeorado en contenidos, por la reducción explicativa sobre los hechos ocurridos diariamente. De manera general, han asumido características diferentes a lo largo de su historia por televisión. Al inicio, los programas informativos o noticiosos se basaban de noticias periodísticas o radiales. Posteriormente, con más experiencia frente a la pantalla, se distinguen los conductores de noticias, que buscan cautivar al público a partir de su imagen televisada. Después se percibe mayor agilidad en la información transmitida, a partir de la presencia inmediata de los acontecimientos más próximos, que ubican a estos programas en una etapa de modernización. Luego se presenta una mezcla entre información y entretenimiento acentuando la espectacularidad y variedad de productos construidos por la propia televisión, que dificultan el análisis profundo y crítica en torno a la información.¹²

En algunos países como Venezuela, Chile o Argentina, dichos programas ocupan un lugar importante en las preferencias del público. Por ejemplo, programas de investigación

¹² Rey, Germán, “La televisión en Colombia”, en Orozco, Guillermo, (coordinador), *Historias de la televisión en América Latina*, Editorial Gedisa, Barcelona, 2002, p. 159.

periodística como *Informe especial*, *Contacto* y *El mirador*, transmitidos por la televisión abierta chilena, cuentan con un nivel de audiencia de 26 o 27 puntos, ocupando los primeros lugares en programación junto a las telenovelas y dibujos animados.¹³ En el caso de Argentina, el teleteatro *Rolando Rivas, taxista*, transmitido en 1972 y 1973, se presentaba “en cada capítulo subía al taxi gente del espectáculo o políticos, haciendo de ellos mismos...se discutía de problemas de la actualidad, se hablaba con un lenguaje de entrecasa...”¹⁴, alcanzó 40 puntos de audiencia, rebasando incluso algunos teleteatros de aquella época.

En Venezuela, a partir de un estudio realizado sobre las audiencias, se tiene que los programas de información junto a las telenovelas son vistos por más del 50% de los entrevistados. Ocupando de esta forma, los primeros lugares entre los programas más vistos por la población, sin embargo la mayoría considera a la televisión como un medio de entretenimiento, más que como informador. “Dentro de las razones para ver televisión, el entretenimiento (61%) es la más importante... La televisión es considerada como un medio importante para informarse (38%), razón que podría ser atribuida a la presencia de los informativos y a los programas de opinión que se transmiten a lo largo de la programación televisiva.”¹⁵

Pero el contenido de estos programas está condicionado por los distintos regímenes presentes en los Estados latinoamericanos. Bajo dictaduras militares, la censura, la manipulación y el rechazo a la pluralidad política y a la oposición es evidente. Nora Mazzioti

¹³ Fuenzalida, Valerio, “La televisión en Chile”, en Orozco, Guillermo, (coordinador), *Historias de la televisión en América Latina*, Editorial Gedisa, Barcelona, 2002, p.p. 189, 190.

¹⁴ Mazzioti, Nora, “La televisión en Argentina”, en Orozco, Guillermo, (coordinador), *Historias de la televisión en América Latina*, Editorial Gedisa, Barcelona, 2002, p. 32.

¹⁵ Bisbal, Marcelino, “La televisión en Venezuela” en Orozco, Guillermo, (coordinador), *Historias de la televisión en América Latina*, Editorial Gedisa, Barcelona, 2002 p. 281

expresa que en Argentina, el gobierno militar de los 70's estatizó todo el sistema comunicativo, para evitar la crítica hacia el régimen. Esta situación se ejemplifica claramente con la guerra de las Malvinas, ya que a través de la televisión se sostenía y vanagloriaba las acciones del gobierno militar, desinformando y descontextualizado a la población, toda vez que el principal programa informador, el noticiero *60 minutos*, transmitido en ATC (Argentina Televisora Color), conducido por el periodista José Gómez Fuentes obtenía 44 puntos de raiting. Además, dicho gobierno incrementó campañas publicitarias a su favor, que resaltaban el trabajo político y el modelo económico sostenido por ellos.¹⁶

La represión, no sólo se ejercía en los contenidos y en la programación. También directamente hacia los periodistas y otros sectores de oposición sociales y políticos, así como movimientos sociales. “Los gobiernos militares del Proceso... aplicaron un verdadero régimen de terror en el área de las comunicaciones sociales: asesinato de periodistas, cierre de diarios, censura previa, confección de listas negras de periodistas, artistas o escritores, prohibición de exhibir ciertas películas nacionales o extranjeras, quema o prohibición de libros, etc”¹⁷

En Brasil, las cosas no son distintas, aunque se observa que la manipulación y el control sobre las audiencias a través de la televisión abierta, no sólo se logra a partir de la creación de la Empresa Brasileira de Telecomunicacoes (Embratel) al servicio del gobierno militar. También a través de cambios en la legislación que suprimían la libertad de expresión. Sin olvidar la censura en los medios y el asesinato de periodistas. La distinción, es que en esta etapa de dictadura militar, la empresa de telecomunicaciones O'Globo no se vio afectada. Por el contrario, se inicia su consolidación como industria cultural, entre otras razones, por la lealtad hacia el régimen. Aunque su comportamiento cambió drásticamente al final de este

¹⁶ Mazzioti, op.cit. p.p. 37-43

¹⁷ Muraro Heriberto citado en Ibidem

periodo político “las organizaciones Globo cubrían grandes manifestaciones de la oposición, mientras que antes las ignoraban, y en 1984 demonizaban a los comandantes militares y daban una imagen positiva de la oposición”.¹⁸

En el caso chileno, el gobierno militar establecido en 1973, posibilita a la televisión un carácter más comercial, al promulgar que la forma de financiamiento de los canales públicos y privados sea a través de la publicidad. Mientras que en Argentina, el gobierno bajo dictadura militar se apropia de los canales de televisión en su totalidad. En contraste, en Chile, en esta forma de gobierno, se establece que los recursos que sostengan este medio masivo, provengan del sector privado y no estatal. Sin embargo, se simula un cierto control, a partir de la designación de quienes van a vigilar a las televisoras, ya que cada una cuenta con una comisión directiva integrada mayormente por funcionarios militares del gobierno.

Esta situación provoca que los contenidos televisivos se dirijan en mayor medida al entretenimiento, ya que “existe un fuerte decrecimiento de los programas informativos, restringidos más bien a los noticiarios del prime time, y la supresión de los géneros de debate social y reportajes, igualmente, una baja en los programas educativo-culturales y un crecimiento de los programas básicamente de diversión”¹⁹. La imposición del gobierno militar en Chile, afectó el funcionamiento social e informativo de la televisión abierta, con el objetivo de desorientar a la audiencia y motivar su desinterés por las practicas represivas de Estado y para financiar y mantener a la industria televisiva por medio de recursos publicitarios privados.

¹⁸Capparelli, Sérgio y dos Santos, Susy, “La televisión en Brasil”, en Orozco, Guillermo, (coordinador), *Historias de la televisión en América Latina*, Editorial Gedisa, Barcelona, 2002 p. 80

¹⁹Fuenzalida, op.cit., p. 174

Con la desaparición de estos regímenes de gobierno desde finales de la década de los setenta y principios de los ochenta, se transita²⁰ a una nueva etapa en la cual los gobiernos latinoamericanos son considerados como democráticos, por el hecho de que los representantes populares son elegidos a través de procesos electorales de manera periódica, y bajo esquemas de competitividad propiciados por la participación de diversos partidos políticos, con aparente igualdad de oportunidades para acceder al poder, mediante el sistema electoral y sistema de partidos establecidos formalmente en el marco constitucional de cada Estado.

Bajo esta forma de gobierno, las premisas democráticas, solo quedan resueltas parcialmente en el ámbito político. La democracia no se observa en otros terrenos como el social y el económico. Este marco, no se extiende a la esfera de la comunicación masiva latinoamericana. Todo lo contrario, se fortalece la concentración en el manejo y contenidos, alimentándose el poderío político y económico de los grupos minoritarios que extienden sus negocios a otras latitudes, hacia industrias culturales edificadas por los mass-media.

En América Latina, la democracia política equivale a la antidemocracia de los medios de comunicación masiva, debido a que su funcionamiento se construye a partir de “marcados desequilibrios regionales²¹...tendencias oligopólicas –y aún monopólicas-en la propiedad de los medios...subordinación excesiva a ciertos intereses comerciales que desvirtúan el sentido de “interés público”...falta absoluta de representación de grupos sociales de diversa índole en los procesos de decisión, producción y difusión de mensajes. Carencia de un marco de

²⁰ Se entiende por transición “como el intervalo que se extiende entre un régimen político y otro. Lo característico en las transiciones es que las reglas del juego no están bien definidas. Durante su proceso suelen estar en manos de gobernantes autoritarios, los que conservan los ordenamientos jurídicos y los derechos en una democracia estable, los que pueden estar o ser definidos y garantizados por una Constitución y por diversas instituciones independientes...” Magallón, Anaya, Mario, *La democracia en América Latina*, UNAM, Centro Coordinador y difusor de Estudios Latinoamericanos, Plaza y Valdés, México, 2003, p. 160

²¹ En la actualidad los desequilibrios regionales se muestran con el Internet. La televisión ha superado este problema, ya que su alcance masivo se ha extendido ampliamente, aunque faltan espacios mínimos por cubrir.

políticas y normas legales que garanticen el funcionamiento plural, equilibrado y constructivo de los medios de difusión.”²²

Asimismo, los medios masivos son identificados -específicamente la televisión- como instrumentos de gobernabilidad a partir de la ingobernabilidad²³, cuya operatividad se desenvuelve a través de factores y condicionantes como:

“el mapa televisivo configurado a partir de las políticas neoliberales; la relación de identidad en materia de intereses políticos y económicos existente entre los dueños de los canales y sistemas de TV con los grupos en el poder; la desregulación en materia televisiva, entendiendo por ello la flexibilización de la que ha sido objeto la legislación sobre medios en todos sus aspectos; la oferta de programación, cada vez más inclinada hacia una televisión de entretenimiento y comercial que promueve nuevos valores sociales, en detrimento de una TV crítica, plural y participativa; aislamiento, falta de participación y ruptura de la interacción en la recepción que se da al interior de la familia; el fortalecimiento de una televisión fragmentada que permite un mejor control de los grupos, tratando sus demandas como parcialidades.”²⁴

A partir de estos supuestos, se concluye que, en Estados aparentemente democráticos,²⁵ la democracia en los medios se dificulta aún más, empeorando sus condiciones, por el sistema político que arrastra costumbres tradicionalistas o enclaves autoritarios²⁶ y por el sistema económico capitalista, que logra sobrevivir a partir de nuevas políticas económicas

²² Ramírez, Arredondo, citado en Rodríguez, Dorantes, Cecilia, “La cultura antidemocrática de los medios”, Toussaint Florence (coordinadora), *Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado*, Ediciones La Jornada, CEIICH, UNAM, México, 1994, p. 38

²³ La gobernabilidad se concreta a partir de la ingobernabilidad ejercida por los grupos representativos de la sociedad, al no cumplir con sus funciones consagradas legal y legítimamente, dificultando el crecimiento y desarrollo del Estado compuesto por la sociedad civil que es política y la sociedad política que es civil.

²⁴ Crovi, Druetta, Delia M., “La televisión como instrumento de gobernabilidad”, Toussaint Florence (coordinadora), *Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado*, Ediciones La Jornada, CEIICH, UNAM, México, 1994, p. 84

²⁵ Ver más en Dahl, Robert, *La poliarquía*, Fondo de Cultura Económica, México, 1993.

²⁶ “Son los elementos que por definición pertenecen a un régimen autoritario, autocrático, militar o democrático excluyente, y que perduran en el régimen democrático que le sucede, impidiendo que se transforme en democracia política completa. Éstos son de tipo institucional, expresado en constituciones y leyes que limitan el ejercicio de la soberanía popular, ético simbólico, como la cuestión pendiente de la violación a los derechos humanos bajo el autoritarismo; actorales, como la presencia activa de grupos de distinto tipo que buscan mantener el poder e influencia que tenían en el régimen anterior y amenazan la estabilidad democrática en la forma de oposiciones desleales, y cultural, ahí donde existen hábitos y estilos que impiden el juego político transparente”. Garretón, M., Manuel Antonio, “Democratización política pendiente y transformaciones societales. Las consecuencias para la acción colectiva y la cultura política”, en Alcántara, Manuel, Crespo, Ismael, (eds.), *Los límites de la consolidación democrática en América Latina*, Universidad de Salamanca, España, 1995 p. 60

establecidas en el marco del modelo económico neoliberal que actúa paralelamente en el contexto democratizador. Esto se refleja en cada país latinoamericano, cuyo gobierno es democrático-neoliberal.

Las características asumidas por las televisoras latinoamericanas en esta etapa democrática neoliberal se basan en logros comerciales privados a partir de la transmisión mayoritaria de contenidos comerciales y de entretenimiento, así como a través de la participación financiera en otros negocios mediáticos nacionales y transnacionales en detrimento de la posible existencia de otras alternativas o formas de utilización de la televisión. Sin embargo, como establece Orozco, “en el panorama actual coexisten, al lado de la televisión comercial predominante en cada país, *canales no lucrativos, culturales y aun educativos*, o canales comunitarios y temáticos domésticos, *cuya existencia habla más que de una alta penetración en las grandes audiencias nacionales, de una vocación de servicio público, que perdura a pesar de los vientos neoliberales que asolan la región* y de una voluntad histórica de mantener algunas opciones abiertas para la exploración cultural y estética y la innovación programática.”²⁷

Sobre este tipo de televisión alternativa a la comercial, en Brasil, en sus inicios, la televisión abierta transmitía programas culturales, como de música clásica, ballet y adaptaciones de obras de Shakespeare (Hamlet, Macbeth), Dostoyevsky (Crimen y castigo) o Chejov.²⁸ En Colombia, por decreto se establece que la televisión debía ser cultural y educativa, cuya señal llegará a todos los rincones del país, toda vez que se consideraba a los contenidos comerciales y de entretenimiento como dañinos para la población. En este sentido, se transmitían programas relacionados con temas de apoyo social y laboral para todos los

²⁷ Orozco, op.cit., p. 16

²⁸ Capparelli, Op. Cit., p. 70

sectores componentes del país, como el industrial, el obrero, el campesino o el estudiantil. Programación compuesta de contenidos artísticos y culturales, plasmados en programas de música clásica, en películas, documentales y cuentos adaptados en televisión.²⁹

Más adelante, en la década de los ochenta, salen al aire canales regionales en varias ciudades importantes de Colombia como Medellín, Cali, Barranquilla, Manizales, Bucaramanga y San Andrés, cuyas transmisiones se apegan a la descripción de las costumbres locales y a la información de acontecimientos de la región. La televisión regional en Colombia permite socavar la centralización ejercida por otros canales nacionales y su consolidación como industrias culturales.³⁰

Junto a este tipo de canales, también se encuentran los comunitarios: “se trata de experiencias de transmisión de señal que comenzaron asociadas al gran auge que tuvieron en el país las antenas parabólicas en todos los sectores sociales pero muy especialmente, en los sectores populares...En algunos casos, estas experiencias de televisión comunitaria han logrado asociarse e incluso promover la producción televisiva propia. Lo interesante es que habitualmente son compatibles con las necesidades y los gustos de la gente, de una manera sencilla y directa”.³¹

En Chile, originalmente las universidades se encargaron del medio televisivo, como la Universidad Católica de Valparaíso, la Pontificia Universidad Católica de Chile, y la Universidad de Chile. En sus inicios hasta la década de los setenta, los programas eran educativos y culturales que divulgaban ciencia y actividades artísticas, no de tendencias comerciales o gubernamentales, concentrándose en contenidos culturales y pluralistas. Posteriormente, a partir de que su financiamiento se obtiene de publicidad comercial, los

²⁹ Rey, Op. Cit., p.p. 117-119

³⁰ Ibid., p.p. 130,131

³¹ Ibid., p. 153

contenidos plasmados cambian dirigiéndose al entretenimiento, que no expresaban las actividades universitarias y los problemas políticos del país. A partir de esto, a través de una reforma universitaria, se crearon Vice Rectorías de Comunicación, con el objetivo de cambiar la programación. Sin embargo, “la nueva TV de contenido universitario no reflexionó sobre las diferencias entre el lenguaje académico y el lenguaje audiovisual de la TV, como tampoco asumió que la TV era un medio con características industriales y el tema de la audiencia estaba aún fuera del horizonte histórico.”³²

En el caso de la televisión venezolana, existen destellos de televisión alternativa a la privada-comercial, como la Televisora Cultural Baconesa, cuyas transmisiones inician en 1976. Esta televisora es un referente para la creación posterior de otras en 1985 y el despegue de la televisión regional a partir de 1991, cuya programación, al igual que en el caso de la televisión abierta colombiana, se centra en resaltar la vida de las localidades.³³

Además de las televisoras regionales, -a pesar de que son comerciales con fines de entretenimiento, resaltan la cultura local-, el país cuenta con la televisora pública Vale TV formada en 1998. Concebida como televisión educativa, su programación está constituida por contenidos locales y nacionales propios, que difunden ciencia y aspectos artísticos, así como por programas proporcionados de televisoras internacionales como la BBC de Londres o productoras como National Geographic o Discovery Chanel. Además, su programación se complementa de lo que le aportan los tres canales comerciales más importantes de Venezuela:

³² Fuenzalida, op.cit., p. 169

³³ La televisión regional venezolana esta compuesta por: la Televisora Andina de Mérida (1982), Amavisión (1984, Estado Amazonas), Niños Cantores de Zulia (1987, Estado Zulia), Telecaribe (1989, Nueva Esparta, Sucre y Anzoategui), Televisora Regional del Táchira (1989, Andes venezolanos y una parte de Colombia), Telecentro (1990, cobertura en los Estados Lara, Yaracuy y Portuguesa), ZUTV (1990, en el Estado Zulia), Telesol, (1991, Cumaná), NCTV (cubre los estados Carabobo, Aragua y Cojedes), TVS (1994, cubre los estados Carabobo, Aragua y Cojedes) TV Guayana (1993, toda la región sur del país) y Telecolor (1993, solamente la ciudad de Maracaibo). Bisbal, op.cit., p. 263.

Radio Caracas Televisión (ahora desaparecida en señal abierta; se transmite por Internet y a través del canal colombiano Caracol), Venevisión y Televén.³⁴

Actualmente, Venezuela cuenta con otro canal de televisión de servicio público, Televisora Venezolana Social (TVes), que ocupa la señal de Radio Caracas Televisión, cuyas transmisiones terminaron el pasado 27 de mayo de 2007, a partir de la culminación concesionaria que no fue renovada por el presidente Hugo Chávez. Este acontecimiento representa un duro golpe para el sector privado empresarial, pero también para un sector de la sociedad venezolana, quien se ha manifestado abiertamente en contra de esta medida considerada como personalista y gubernamental. El problema, es que se está difundiendo una imagen equívoca a nivel internacional sobre Hugo Chávez, quien también ha desacertado con ciertas declaraciones y con su presencia obligatoria en los medios electrónicos, que debiera contrarrestarse con la transmisión de programas donde evalúen el trabajo de este mandatario.

Otra alternativa visible, es el Canal Telesur³⁵, creado en el marco del pensamiento latinoamericano integracionista efectuado a través de acuerdos básicamente comerciales como el MERCOSUR o más recientemente el ALCA (Acuerdo de Libre Comercio de América) encabezado por el gobierno de Estados Unidos y la ALBA (Alternativa Bolivariana para

³⁴ Ibid., p. 267.

³⁵ La señal de la Televisora del Sur (Telesur) cuyo lema es "Un canal para la integración", inició transmisiones el 24 de julio de 2005 a las 16:00 en punto. En su primera etapa sólo fue captada en Venezuela, Colombia, Uruguay, Argentina y Brasil, extendiéndose a otros países de la región, incluido México. Con un capital de diez millones de dólares y una nómina de 160 empleados, el canal fue creado con aportaciones estatales de Venezuela, 51 por ciento; Argentina, 20 por ciento; Cuba, 19 por ciento; y Uruguay, 10 por ciento. Junto al inicio de transmisiones, fue instalado el Consejo Asesor de Telesur, conformado por 26 intelectuales, escritores e investigadores de la comunicación. Algunos de los miembros del Consejo Asesor son el poeta nicaragüense Ernesto Cardenal, el venezolano Luis Brito García, el francés Ignacio Ramonet, el actor estadounidense Dany Glover, el uruguayo Eduardo Galeano, el cineasta argentino Fernando Solanas, y el intelectual británico de origen paquistaní Tariq Ali, www.jornada.unam.mx, 25 de julio de 2005.

América Latina y el Caribe) integrada por los países de Venezuela, Cuba y Bolivia. Este último, además de considerar como tema prioritario el comercial, también se preocupa por otros relacionados con la educación, la universidad, el desarrollo científico tecnológico, medios de comunicación, salud, género, migraciones e identidad.

Entre las propuestas de la ALBA, se contempla la creación de la Televisora del Sur (Telesur), con el objetivo central de contrarrestar la cultura imperialista y de las clases dominantes a partir de la transmisión de programas de diverso tipo o género, cuyos contenidos estén dirigidos a promocionar la cultura latinoamericana a partir de la descripción histórica de nuestra región. En este marco, se contempla a este canal como cultural, que difunde valores locales y nacionales; en la que participen universidades y ministerios de cultura y educación, así como organizaciones sociales e instituciones culturales. Además de difundir cultura a partir de la transmisión de expresiones artísticas y conocimientos históricos sobre América Latina, se pretende transmitir información noticiosa, cuyas agencias informativas provengan de Latinoamérica. Para ello, de acuerdo a la ALBA, se considera constituir una Agencia de Noticias del Sur y una Escuela Latinoamericana de Comunicación.³⁶

Con relación a países Centroamericanos y del Caribe, la situación de la televisión abierta no difiere mucho de la desarrollada en el Sur latinoamericano. La realidad es casi la misma. Aunque destaca la televisión de servicio social en Cuba y más recientemente en Nicaragua, a partir de las revoluciones sociales llevadas a cabo, en el caso cubano en 1959 y en Nicaragua en la década de los ochenta.³⁷ Es en Puerto Rico, donde se observa un contexto

³⁶ *Construyendo el ALBA desde los pueblos. Una propuesta de unidad para los pueblos de Nuestra América*, Secretaría de Organización. Congreso Bolivariano de los Pueblos, Ediciones Emancipación, Venezuela.

³⁷ Ver más en Infante, Renaldo, “Algunas experiencias de la televisión en el proceso revolucionario cubano”, Tealdo, Ana, Rosa, (editora), *Televisión y democracia en América Latina*, Instituto para América Latina, Perú, 1989 y Mejicanos, Carlos, “Apuntes sobre la actividad televisiva en Nicaragua”, Tealdo, Ana, Rosa, (editora), *Televisión y democracia en América Latina*, Instituto para América Latina, Perú, 1989.

crítico en el medio televisivo, por la dependencia política y por tanto jurídica, hacia Estados Unidos. En este país, la televisión abierta y cerrada funciona dentro del sistema jurídico estadounidense, consistente en la Ley Federal de Difusión que promulgó la creación de la Comisión Federal de Comunicaciones, que se reserva el control exclusivo sobre los medios de difusión. *Puerto Rico cae dentro de su jurisdicción*. La ley establece los requisitos, para que instituciones públicas y privadas soliciten y adquieran permisos de transmisión de ondas a través del aire o de cable por suelo o subsuelo. El problema es, que la ley no contempla otros territorios, ni cultura diversa.³⁸

En este sentido, lo que se busca es la autodeterminación e independencia en la legislación en materia de medios, para que sean los propios puertorriqueños, quienes deciden la programación y contenidos, apegados a la cultura particular de esta sociedad. En la actualidad, la televisión en este país lo componen las siguientes televisoras CDM Internacional, DirecTV Puerto Rico, Televisión y TuTV, cuya programación es comercial y de entretenimiento.³⁹

Desde la década de los noventa, en el contexto de gobiernos democráticos, unidos a políticas económicas neoliberales, se presentan en la televisión latinoamericana una serie de transformaciones que la alejan del sentido público y social, afianzándose objetivos estrictamente comerciales justificables en los contenidos de programación encaminados a la función del entretenimiento.

³⁸ Rosario, Luis, Antonio, “La televisión puertorriqueña y la televisión estadounidense”, Tealdo, Ana, Rosa, (editora), *Televisión y democracia en América Latina*, Instituto para América Latina, Perú, 1989, p. 131

³⁹ www.portal-uralde.com/comunicación-pr.htm

Por ejemplo, en Argentina, a partir de la licitación de canales al sector privado, se conforman multimedios, se trasnacionaliza a las telenovelas⁴⁰, crece la televisión de paga, se fortalecen las productoras independientes y se transforma la programación, que contiene formatos extranjeros apropiados a las costumbres de la sociedad argentina, ubicados “en el infoshow o en el infoentretenimiento, el sensacionalismo, la telebasura... (afianzándose) la televisión descartable, donde la intrascendencia convive con los reciclamientos y reposiciones, a causa de la merma de anunciantes.”⁴¹

En el caso de Brasil, se observa el crecimiento de la empresa privada de televisión Rede Globo, al aumentar el número de emisoras afiliadas que cubren el 98% del territorio nacional y por su intervención en la televisión de paga, centralizando la producción, debido a que la legislación permite la concentración de bienes y servicios en una persona física que puede ser propietaria de periódicos, de emisoras de radio y televisión. Se consolida la publicidad como medio de financiamiento, se permite la entrada de capital y programación extranjera en canales de televisión de pago, los programas brasileños ingresan al mercado internacional, principalmente las telenovelas y se utilizan encuestas de opinión para estudios de audiencia.⁴²

En Colombia, los cambios también son visibles en la programación, a partir de la exportación de programas, ideas, formatos que delinear la conformación y gustos de los

⁴⁰ “...se trató de coproducciones con empresas internacionales, en las que las empresas argentinas aportan técnicos, elencos y libretos, mientras que las empresas extranjeras se hacen cargo de la inversión económica, de la colocación en mercados europeos, y a veces, de la incorporación de algún actor o actriz...(Por otra parte), en 1995 Telefé estrena un producto híbrido, pero que significa un rotundo éxito de mercado, hasta el 2000: Chiquititas. La comedia, el musical, la telenovela, el teatro, varios géneros se entrecruzan en este título que, además de obtener altísimos ratings, genera un inmenso fenómeno de merchandising...Chiquititas fue una marca: se vendieron desde revistas, álbumes de figuritas, útiles escolares, mochilas, casetes y CDs, ropa infantil...” Maziotti, op.cit., pp. 49 y 51

⁴¹ Ibid., p. 23

⁴² Capparelli, Op. Cit., pp. 87,88

públicos. Se observan, como en los otros países, cambios tecnológicos, guiados por la producción analógica a la digital que permite la transmisión de datos por fibra óptica, junto a la televisión por cable y satelital se modifican los relatos televisivos.⁴³

En el caso de Chile, la expansión televisiva no se inicia a la par de la etapa democrática. Desde antes, en el gobierno militar existe la expansión de la televisión, cambios tecnológicos, introducción del cable y la consolidación de la televisión comercial-privada.⁴⁴

Finalmente, en Venezuela, se expande la televisión comercial, se fortalece la publicidad televisiva estimulándose la demanda de bienes innecesarios de empresas multinacionales, se consolidan grupos multimediáticos como la del grupo u organización Diego Cisneros, compuesto por más de 70 empresas en 39 países, incluyendo 50 empresas en toda Latinoamérica con firmas importantes como AOL Time Warner, o Coca Cola, aparece la televisión por cable y satelital y la digitalización.⁴⁵

A partir de las características actuales de la televisión abierta latinoamericana, ¿es posible su contribución al fortalecimiento y progreso del ser humano como ser político y social, que lo ubique y lo proyecte como un verdadero ciudadano, conocedor e informado, que le preocupa su entorno político y por ende participa de manera efectiva y comprometida en los asuntos comunes a todos?

La importancia social de la televisión abierta en América Latina, hace pensar su obligatoria transformación en materia de contenidos que deberían dirigirse a la cultura y educación política. Sin embargo, esta posibilidad se reduce considerablemente, toda vez que los cambios tecnológicos, el papel irresponsable del Estado y la carente regulación de los

⁴³ Rey, Op. Cit., pp. 122

⁴⁴ Fuenzalida, Op.Cit., pp. 182, 183

⁴⁵ Bisbal, Op.Cit., pp. 259, 251, 254, 260

medios, han propiciado la concentración en la producción televisiva, favoreciendo económicamente a grupos reducidos ventajosos, en un contexto donde el estado de derecho queda ampliamente desechado . Todo con un objetivo claro: la continuidad del sistema social, político, económico y cultural que propicia un ambiente de estabilidad, a favor de elites nacionales y trasnacionales.

En este marco ¿qué lugar ocupa la sociedad mayoritaria? Ocupa el lugar de la contemplación, de la espera, de la representación, de la irresponsabilidad y la ignorancia. Para los emisores, es vista como objeto comerciable que debe adecuarse al sistema de mercado, a partir de los mensajes transmitidos. En este sentido, continua concebida como una masa homogénea que hay que entretener. Es cierto que hay diversidad de géneros adecuados para una diversidad de públicos, pero trazados bajo un mismo esquema que busca la reproducción del sistema económico actual, al no comprenderse al consumismo “como una elección de estilo de vida... (sino) como una necesidad existencial”.⁴⁶

En los medios latinoamericanos (debido al contexto histórico y estructural en el que se desarrollan, puntualizado a lo largo de este capítulo), la población no es tratada como un conjunto de ciudadanos capaces de tomar decisiones. Si hay espacios de difusión de la vida política, pero colocados de manera intencional: el objetivo es hacer suponer que existe debate, discusión sobre los asuntos públicos, pero realmente lo que menos interesa es converger, consensar, discutir. Mientras que preexistan intereses particulares de por medio contruidos por la clase económica y política nacional y trasnacional, las condiciones serán las mismas. Por ello, es urgente recuperar lo que nos pertenece a todos. Por ello, es necesario comprender nuestra realidad, no precisamente a través de medios de comunicación masivos como la televisión. No bajo los esquemas actuales. Hay que indagar por otros medios para actuar y

⁴⁶ Bauman, Zygmunt, *En busca de la política*, Fondo de Cultura Económica, México, 1998, p. 197

exigir la transformación de estos entes comunicativos. De otra manera no será posible su evolución.

TELEVISIÓN ABIERTA EN MÉXICO

La televisión es entendida como medio de comunicación de masas o colectivo junto a otros medios importantes como la prensa, la radio o el cine (desde hace unos años se añade el internet). Surge como consecuencia de la tecnología, que de manera constante va cambiando y que afecta la vida social, en un contexto en el cual la modernidad, la especialización y la exacerbación del capitalismo en la economía prevalecen de manera más precisa que delinea los gustos, las costumbres, la cultura de los pueblos.

En este marco, los medios de comunicación, entre ellas la televisión representan un elemento importante cuyas funciones u objetivos son vistos por algunos investigadores¹ como precursores de cohesión y pasividad social a partir del vínculo de los medios con el mercado y la publicidad, cuya función principal en el caso de México es la del entretenimiento. Es decir, la televisión mayormente es empleada por los grupos de poder político y económico, que imposibilitan la utilización de los medios con fines educativos o culturales, que mostrarían la particularidad de los pueblos.

Existen diversas definiciones y teorías de los nuevos medios de comunicación que se inscriben en el siglo XX que van dirigidos a las masas o a las mayorías. En este punto es importante establecer en el terreno de la comunicación la noción general del concepto de

¹ Como Umberto Eco (Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas, 1975), Theodor Adorno y Max Horkheimer (Dialéctica de la ilustración, 1948), quienes establecieron el concepto de industrias culturales promovidas por los medios de comunicación de masas. Estos autores, no vivieron aún el impacto de la televisión, sin embargo, sus postulados vaticinaron su comportamiento, al desarrollarse en un contexto sistémico y estructural, cabalmente identificado por estos autores.

masa. Para Herbert Blummer existen cuatro componentes sociológicos que identifican una masa:

“Primero, los miembros que la componen pueden provenir de todos los caminos de la vida y de cualquier capa social, puede incluir agentes de diferentes clases, distinta vocación y formación cultural, así como de diferente riqueza. Segundo, la masa es un grupo anónimo, o por ser más exactos, compuesto de individuos anónimos. Tercero, existe leve interacción o intercambio de experiencia entre los miembros de la masa. Usualmente están físicamente separados unos de otros y siendo anónimos no tienen oportunidad de mezclarse como lo hacen los miembros de una multitud. Cuarto, la masa está organizada débilmente y no es capaz de actuar con la armonía ni la unidad que caracteriza a la multitud.”²

Por otra parte, Jesús Martín-Barbero establece que la masa:

“es un fenómeno psicológico por el que los individuos, por más diferente que sea su modo de vida, sus ocupaciones o su carácter, “están dotados de un alma colectiva” que les hace comportarse de manera completamente distinta a como lo haría cada individuo aisladamente. Alma cuya formación es posible sólo en el descenso, en la *regresión hacia un estadio primitivo*, en el que las inhibiciones morales desaparecen y la afectividad y el instinto pasan a dominar, poniendo la “masa psicológica” a merced de la sugestión y del contagio.”³

Los pueblos, considerados como masas, que van creciendo de manera drástica y que son delineados o alienados en relación a sus actividades de trabajo y de ocio, representan para los medios de comunicación que surgen en el siglo XIX y XX, un espacio de acción en el cual se simboliza, se plasma y se impone ideologías centradas en el interés económico para contribuir a la estabilidad estatal y social.

Desde el punto de vista crítico de los medios, cabe señalar algunas ideas propuestas por Umberto Eco, quien centra su análisis en las consecuencias de los medios de comunicación sobre las masas. De manera sintética Eco, establece que “la cultura de masas es la anticultura”⁴, debido a que los mass media se dirigen a un pueblo heterogéneo a la cuál se transmite una cultura homogénea debilitando las características culturales de las diferentes

² Wright, Charles, R., *Comunicación de masas*, Editorial Paidós, 1ª reimpresión, México, 1986, p. 64

³ Martín-Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Ediciones Gili, Barcelona, 1987, p.35

⁴ Eco, Umberto, *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*, Editorial Lumen, Barcelona, 1975, p. 12

sociedades o pueblos quienes no tienen conciencia de sí, a partir de que son concebidos como sociedades de masas quienes expuestos a los medios reciben emociones confeccionadas y sugerencias de lo que deben desear, debido al sometimiento a la ley de la oferta y la demanda bajo esquemas de consumo y publicidad; en este marco, las expresiones artísticas son presentadas como destellos, -tal vez porque se piensa que los que integran la masa no son capaces de comprenderla- junto a otros productos de entretenimiento que alientan una visión pasiva y acrítica del mundo. Asimismo, los mass media imponen símbolos y mitos universales creando tipos o formas de vida que reducen la individualidad y la concreción de las experiencias de cada uno. Se desarrollan de manera conformista, favoreciendo las ideas oficiales y excluyendo otras formas de conciencia y expresión reaccionarias, y se presentan como instrumentos educativos a una sociedad de masas que se caracteriza por ser superficialmente individualista, cuyo objetivo es producir modelos humanos teledirigidos.⁵

Finalmente, Umberto Eco concluye que el problema de la cultura de masas es que “en la actualidad es maniobrada por “grupos económicos”, que persiguen finalidades de lucro, y realizadas por “ejecutores especializados” en suministrar lo que se estima de mejor salida, sin que tenga lugar una intervención masiva de los hombres de cultura en la producción. La postura de los hombres de cultura es precisamente la de protesta y reserva.”⁶

Frente a esta conceptualización o entendimiento de la masa y cultura de masas, expuestas anteriormente, otra propuesta interesante que posibilita el conocimiento de estos términos, es la de John Thompson, quien define a la masa, en el terreno de la comunicación como:

“Deriva del hecho de que los mensajes transmitidos por las industrias de los medios están en general a disposición de públicos relativamente grandes. Tal es, sin duda, el caso en

⁵ Ibid, p.p. 46-50

⁶ Ibid, p.59

algunos sectores de las industrias de los medios y en algunas etapas de su desarrollo, como la circulación masiva de la prensa y de las principales cadenas de televisión. Sin embargo, durante otros períodos del desarrollo de la industria de los medios (por ejemplo, la primera industria del periódico) y en algunos sectores de la industria de los medios actuales (por ejemplo, algunas editoriales de libros y revistas), los públicos fueron y siguen siendo relativamente pequeños y especializados. Por tanto, el término “masa” no debería interpretarse en términos cuantitativos estrechos, *el punto importante de la comunicación de masas, no es que un número dado o una proporción dada de individuos reciban un producto, sino más bien que los productos estén en principio disponibles a una pluralidad de receptores...*⁷

Por otra parte, otro grupo de investigadores como Gilber Seldes, Daniel Bell, Edward Shils, Eric Lorrabee, Georges Friedmann, defiende la cultura de masas que, surge en una sociedad con derechos, caracterizada por la igualdad y la libertad, que busca satisfacer y disfrutar de las ventajas de la vida moderna que trajo consigo la industrialización y que accede a la cultura a través de los mass media, que se benefician por los productos de entretenimiento, como sociedades anteriores que por ejemplo disfrutaban del circo romano. Los mass media son considerados como democráticos por que a través de ellos, las mayorías cuentan con información que les hace ver lo que ocurre en el mundo y que los sensibiliza, y por que no discrimina, unificando a las naciones.⁸

Los medios de comunicación de masas componen un sistema que funciona en base a la conexión entre un pequeño emisor frente a un extenso número de receptores, que cuenta con varias dimensiones analíticas “las de circulación, audiencia, alcance, frecuencia y exposición”.⁹ Asimismo, los medios de comunicación de masas se caracterizan porque: “el flujo de mensajes tiene por objeto alcanzar a audiencias anónimas, heterogéneas y dispersas; el valor del contenido es efímero, y el comunicante opera dentro de una organización cuyo

⁷ Thompson, John, *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, 2ª edición, 1998, p. 318

⁸ Ibid, p.p 51-59

⁹ Roda, Fernández, Rafael, *Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporáneas*, Siglo XXI editores, España, 1989, p. 5

funcionamiento implica cuantiosos gastos”.¹⁰ Todo este proceso de comunicación es posible debido a la tecnología que permite su realización.

También el estudio de los medios de comunicación de masas comprende el análisis desde el punto de vista sociológico sobre algunos aspectos o consecuencias que se derivan a partir del desarrollo que realizan: es este aspecto la investigación sociológica de los medios se centra principalmente en los efectos y el contenido.

Entonces, los rasgos comunes que caracterizan a la comunicación de masas son: la *audiencia*, identificada como grande, anónima y heterogénea, con un carácter pasivo que recibe los mensajes de los medios; desarrollada en *organizaciones o instituciones* que requieren financiamiento cuyos intereses particularmente son comerciales y publicitarios, por lo tanto los medios son res de mercancías. Además, “en la historia de los medios de comunicación de masas nos encontramos con cuatro elementos principales: una tecnología; la situación política, social, económica y cultural de una sociedad; un conjunto de actividades, funciones o necesidades, y personas, especialmente en tanto constitutivas de grupos, clases o intereses”.¹¹

Asimismo, se identifican diversas teorías que desde diferentes posturas realizan el estudio de la comunicación masiva, presentes desde el siglo anterior como la teoría de la sociedad de masas, la teoría marxista, la teoría de la economía política de los medios de comunicación, la escuela de Frankfurt y la teoría crítica, la teoría hegemónica de los medios, el enfoque sociocultural y el estructural-funcionalista y más recientemente la teoría de la

¹⁰ Ibid, 6

¹¹ McQuail, Denis, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Editorial Paidós, 2ª edición, México, 1997.

sociedad de la información.¹² Todos estos estudios dirigidos a desentrañar la sociedad de masas, la dominación ideológica y de clase, su estructura y función; así como los efectos de los medios de comunicación sobre las instituciones y sobre la sociedad, la normatividad y organización de los medios; la forma y la sustancia de los mensajes; sobre la distribución, elección y uso de la audiencia, la interacción simbólica y la socialización.¹³

Sin embargo, como lo explica Florence Toussaint, en las últimas décadas en el estudio de los medios de comunicación, en relación a la audiencia, se considera ya no a la masa sino al público diverso, al que se presenta programación televisiva a partir de los gustos, la edad, el sexo y las preferencias de cada público televisivo.¹⁴ Así, por ejemplo en el caso de la televisión abierta en México, cada uno de los canales de televisión, tiene una programación cuyo contenido y horario es diferente y específico dependiendo del público al que va dirigido, pero teniendo como objetivo principal entretener y de manera mínima informar al público en general.

A partir de la década de los sesenta, se presenta una nueva corriente de estudios denominada como Estudios Culturales, cuyo centro de investigación encabezada por Richard Hoggart y Stuart Hall, pretende “lograr constituir grupos de trabajo centrados en diferentes campos de las investigaciones (etnografía, media studies, teorías del lenguaje y subjetividad,

¹² “A la saga tecnológica de la conquista del espacio le ha sucedido otro gran relato: la conquista de la ciberfrontera. La primera trajo consigo el tópico de la “aldea global”. La segunda ya ha acuñado la denominación “sociedad global de la información”. El irresistible ascenso de las nociones “sociedad de la información” y “era de la información” se ha convertido así en parte inseparable de la fulgurante trayectoria del vocabulario de la “era global”...se nos anuncia una nueva sociedad necesariamente “más solidaria, más abierta y más democrática”...ahora bien, la noción de sociedad global de la información es el resultado de una construcción geopolítica. La efervescencia de la interrumpida expansión de las innovaciones técnicas contribuye a que esto se olvide...” Mattelart, Armand, *Historia de la sociedad de la información*, Paidós, España, 2001, p. 11

¹³ Ibid, p.p. 75-111

¹⁴ En la sesión: Seminario de Investigación, de la maestría en Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, impartida por Florence Toussaint Alcaráz.

literatura y sociedad , por ejemplo) y vincular estos trabajos con las cuestiones suscitadas por movimientos sociales, especialmente el feminismo...”¹⁵

Los Estudios Culturales de los medios de comunicación se preocupan por estudiar la recepción de la audiencia en el marco del proceso de comunicación televisual que de acuerdo a Stuart Hall, comprende cuatro momentos o etapas: la producción, la circulación, distribución/consumo y reproducción que están relacionados entre ellos y determinados por relaciones de poder institucionales.¹⁶

Dentro de esta corriente de los estudios culturales, se encuentra el trabajo realizado por Charlotte Brudson y David Morley en 1978, titulado *Everyday Televisión, Nationwide*:

“la atención se centra en emisiones llamadas igualmente de comunicación política pero destinadas a un público más amplio, más heterogéneo, en términos de clase y sexo, como el programa *Nationwide*. Es el punto de partida de una reflexión sobre los géneros populares (situation, comedies, deportes, variedades, “culebrones”, series policíacas). *Everyday television* explora la forma en que estos programas de entretenimiento de masas tratan las contradicciones de la vida y de la experiencia de los hombres y mujeres de amplias capas sociales, y participan en la construcción de un sentido común popular, centrándose en el estudio de las representaciones del género femenino/masculino, de la clase social, de los grupos étnicos. Se acentúa el desplazamiento del estudio de los textos hacia el de las audiencias.”¹⁷

Como se percibe, el estudio de los medios de comunicación que surgen en el siglo XX, comprende diversas teorías que se preocupan por analizar el funcionamiento, la influencia, los contenidos, el alcance, los objetivos y las instituciones que manejan estos medios, así como el contexto social y político en el que se desarrollan, y los cambios tecnológicos en la que están inmersos. Algunas de las teorías son muy críticas. Reaccionan en contra de cómo se han utilizado estos medios, otras se adaptan a lo establecido e intentan indagar sobre su funcionamiento centrándose principalmente en las audiencias.

¹⁵ Mattelart, Armand y Mattelart, Michel, *Historia de las teorías de la comunicación*, Editorial Paidós, España, 1997, p.74

¹⁶ Ibidem

¹⁷ Ibid., p. 75

En el caso de la televisión, existe un número considerable de opiniones u observaciones distintas en torno a ella. Desde su aparición desplazó paulatinamente a otros medios que en su momento fueron importantes para la sociedad, como la radio y el cine. “Con la aparición de la televisión, muchas cosas dejarán de dar resultado. No sólo el cine, sino también las revistas han recibido un fuerte golpe de este nuevo medio. E incluso las publicaciones han bajado bastante...”¹⁸

Este desplazamiento se presenta debido a las características particulares de la televisión frente a otros medios, como el hecho de que es consumida en el hogar, un lugar íntimo en la que la televisión funciona como portadora de imágenes, que hace posible el conocimiento de sucesos y la creación de deseos que en otros tiempos eran desconocidos e inalcanzables. Ahora, por medio de la televisión, se piensa en ellos. Además, otras características de la televisión son que por ejemplo “en la imagen del cine... el telespectador... tiende a aceptar la imagen como un paquete. En cambio, el telespectador del mosaico televisivo, con control técnico de la imagen reconfigura inconscientemente los puntos en una obra de arte abstracto...”¹⁹

De acuerdo a Mc Luhan, la televisión es considerada como un medio frío, que presenta un mosaico de imágenes que no permiten una información detallada de los objetos y cuyos efectos son inexplicables, que han modificado la vida sensorial y los procesos mentales. Asimismo considera que la televisión:

“Ha creado un gusto por la experiencia en profundidad que afecta tanto a la enseñanza de la lengua como al diseño del automóvil. Desde la llegada de la televisión, nadie queda contento con meros conocimientos librescos de francés o de poesía inglesa. Ahora, el grito

¹⁸ McLuhan, Marshall, *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Editorial Paidós, España, 1996, p. 318

¹⁹ *Ibid.*, p. 320

unánime es ¡hablemos francés! ó ¡que se oiga el trovador! Y, bastante curiosamente, con la demanda de profundidad viene la demanda de programación intensiva, no sólo de más profundidad, sino de más extensión en todas las ramas del saber: tal ha sido la demanda popular desde la aparición de la televisión...”²⁰

Jesús Martín-Barbero expresa que la forma del discurso televisivo es el espectáculo que el telespectador consume, porque los acontecimientos o hechos que transmite la televisión están acompañados de la publicidad:

“en el que las tensiones y los conflictos se adelgazan y desaparecen, sobre esa danza incesante del objeto, las vicisitudes de nuestro mundo, los acontecimientos por más fuertes, desconcertantes y subversivos que sean, quedan neutralizados. La guerra y la miseria, el dolor y la muerte, todo es codificado y valorado según el ritmo y el valor de los objetos...un detergente nos “regala” la imagen de una masacre de negros en Sudáfrica, el detergente abre y cierra la escena. Esa es la percepción del mundo que impone el espectáculo-consumo y del que vive de una manera especial la televisión, ya que en ella como en ninguna otra, la imagen garantiza la realidad, puesto que nos la hace ver, y no sólo como dosificación sino como articulación constitutiva...lo que el discurso de la televisión realiza es la puesta en escena de un mundo hecho a la imagen de la mercancía...”²¹

Para este autor, la televisión se diferencia de otros medios, debido a cuestiones sociológicas y técnicas. Por ejemplo, la televisión es una pequeña pantalla que cubre un espacio privado, en el cual la atención del individuo es flotante o cambiante, cuya programación es diferente especialmente en cuanto a tipo de géneros. A diferencia del cine que se proyecta en una pantalla grande en un espacio semi-público, cuya atención de los individuos es fija. En conclusión “...puesto que forma parte de la familia, la pantalla encendida pierde todo carácter de agresor y se convierte en la gran compañera...”²²

Es preocupante la aceptación de la televisión, por la manera en que afecta el comportamiento de los individuos, por el tiempo dedicado a ella restando importancia a la

²⁰ Ibid., p. 337

²¹ Martín-Barbero, Jesús, *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*, Ediciones Gili, México, 1988, p. 64

²² Ibid., p.66

realización de otras actividades, por ejemplo “el tiempo que el niño dedica a ver la televisión se lo resta al destinado a la lectura; la capacidad de leer es escasamente desarrollada, y el valor de la lectura es desatendido. Los niños son abandonados a una criada infiel que los expone a narraciones incoherentes relatadas por personas incoherentes.”²³

Asimismo, John Condry establece que:

“El contenido espectacular de los programas televisivos es extraordinariamente violento, si se compara con la vida cotidiana que pretende describir...Los niños reaccionan a lo que ven comportándose de manera más violenta, mostrándose insensibles a la violencia adquiriendo creencias y valores que les señala que el mundo es un lugar “malvado y peligroso” en el que se deberán esperar actos violentos, dignos de ser admirados... Desde su advenimiento, la televisión ha utilizado violencia excesiva y gratuita como instrumento para atraer la atención y sigue haciéndolo aún ante la amplia reprobación de la opinión pública”²⁴

La característica que define y separa a la televisión de otros medios, además de las referidas a cuestiones tecnológicas, que permiten a la pantalla presentar imágenes diversificadas y momentáneas en el entorno familiar, es su multifuncionalidad, que de acuerdo a Guillermo Orozco Gómez, consiste en que “el televisor se convierte en instrumento de otros procesos tecnológicos como son los videojuegos...La pantalla casera empieza a dejar de ser sólo eso. Se vuelve multifacética”.²⁵

A partir de los elementos que definen a la televisión, queda entonces el cuestionamiento y la preocupación, en torno a las funciones que debería ocupar. En la práctica, a partir de las experiencias conocidas, tanto en la región latinoamericana como en otras regiones resultan ser desfavorables y que afectan considerablemente a las sociedades actuales, sobre todo en relación a la cultura que indiscutiblemente se ve afectada por la

²³ Condry, John, “Ladrona de tiempo, criada infiel” en Popper, P. Karl, et.al., *La televisión es mala maestra*, Fondo de Cultura Económica, México, 1ª reimpresión, 2000, p. 93

²⁴ Ibidem.

²⁵ Orozco, Gómez, Guillermo, “El rescate televisivo, un desafío cultural de la audiencia”, en *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Universidad Iberoamericana, México, 1996, p.243

televisión que como bien indica Javier Esteinou Madrid, los medios de comunicación, mayormente los medios electrónicos llevan a cabo un proceso pedagógico caracterizado:

“Por convertir la información que transmiten las tecnologías de comunicación en discursos culturales, las cuales a su vez se traducen en valores históricos que cristalizan en concepciones del mundo, expresados como sentidos comunes, de los cuales se derivan actitudes y conductas que a largo plazo se transforman en posiciones políticas que producen, para cada coyuntura específica, un determinado proyecto de transformación de la naturaleza y de la sociedad. En esta forma la construcción de la conciencia en el quehacer cotidiano y en el tiempo libre de los individuos y de las organizaciones sociales, está fuertemente determinada por este nuevo proceso de educación/cotidiana que surge a la par de cada nueva tecnología de información... Los medios de comunicación ejercen una tarea cultural dominante... ya que son las instituciones constructoras de la principal conciencia colectiva que relaciona a los individuos con la realidad. *Los medios, simplemente recogen las tendencias culturales fundamentales de la sociedad y las amplifican, proyectándolas masivamente, como los referentes básicos de vinculación de los individuos con la sociedad.*”²⁶

Para este autor, en nuestro país, el ámbito cultural, los medios de comunicación como vehículos socializadores (haciendo mayor énfasis en los medios electrónicos) cumplen tres funciones principales: la aceleración del proceso de circulación material de las mercancías, la introyección de las ideologías que implica su amplio radio de actuación ideológica y la temprana y asidua multisocialización de la conciencia que consiste en la aculturación de la inteligencia infantil, su gran capacidad de legitimación continua y acelerada, su enorme poder de formación del consenso y de movilización de los individuos, la movilización en la dirección económica y la político-cultural, así como la prolongación de la sociedad civil, y finalmente, como tercer función se refiere a su contribución a la reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo.²⁷

En síntesis, los medios de comunicación además de funcionar principalmente como instituciones de entretenimiento e información que moldean culturalmente, también se

²⁶ Esteinou, Madrid, Javier, *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*, Editorial Trillas, segunda edición, México, 1992, p. 44

²⁷ *Ibid.*, pp. 49-134

ocupan de intensificar el proceso de la circulación de las mercancías no sólo vinculadas en el ámbito económico sino también en el político (marketing político).

Asimismo, cabe señalar, que otros autores consideran que “en teoría, la televisión no crea cultura: tan solo la difunde a través de una programación selectiva cuyo resultado no es la cultura realmente existente en un momento dado, sino lo que técnica y políticamente se entiende que debe ser conocido por el telespectador para integrarse en el universo cultural de su momento histórico.”²⁸ Es decir, la televisión actúa sobre una cultura establecida históricamente y no precisamente produce otra que podría ser momentánea o coyuntural.

Entonces, se cuenta con dos perspectivas en relación a los efectos que produce la televisión sobre las diversas sociedades, por un lado se tiene un punto de vista radical en el que se manifiesta que la televisión transforma las culturas locales y por el otro se tiene otra perspectiva más ligera que no considera relevante el papel de la televisión en la sociedad. Sin embargo, en la práctica queda demostrado que efectivamente la televisión ejerce y por tanto ayuda a modificar la cultura de los pueblos que cambian constantemente también a partir de cambios que se dan en el sistema económico y social en el que la televisión ha reforzado la cultura occidental de forma impositiva como socializadora de cultura junto a otros agentes como la familia y la escuela.

La televisión debe ser comprendida a partir de tres dimensiones, como medio, como institución y como tecnología²⁹ (además como industria), vista de manera conjunta frente a los procesos políticos y sociales, constituyéndose como un elemento importante para el poder económico, político y social a partir de las características que la definen y por la influencia indiscutible en la sociedad, sobre todo en los últimos años, principalmente en las regiones

²⁸ Benito, Angel, *La socialización del poder de informar*, Ediciones Pirámide, Madrid, 1978.

²⁹ Orozco, Gómez, Guillermo, “La televisión a fin de milenio: un medio poderoso, cuyo límite es la audiencia”, en *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Universidad Iberoamericana, México, 1996, p. 11

urbanas, “...las sociedades avanzadas de fin de milenio están cada vez más, basadas en sistemas de información y de imagen. Desde las transacciones comerciales, hasta la política requieren de estos sistemas y aunque ni lo comercial ni lo político sean sólo sistemas informativos en gran parte se deciden a través de imágenes e informaciones a través de “puestas” en escena con guiones y libretos específicos.”³⁰

Asimismo,

“La centralidad cultural de la televisión en las sociedades contemporáneas es un fenómeno creciente y al parecer irreversible que, en parte, obedece a la urbanización de la vida cotidiana. La interacción social en las grandes urbes se desarrolla cada vez más con referencia al “mundo de la pantalla”. El consumo cultural en las ciudades: asistencia al teatro, al cine, a los museos, a las exposiciones, conciertos, veladas literarias, etc., muestran una tendencia creciente en proporción inversa al aumento de horas de exposición a la televisión, ya sea a su programación normal o a la película que se ha rentado y se mira en la videocasetera. Los centros de video proliferan y la renta de películas aumenta aceleradamente.”³¹

A lo largo de este segundo capítulo se ha presentado un análisis sobre la televisión, que comprende tanto aspectos teóricos como prácticos a partir de la observación de la misma, sobre todo desde un punto de vista sociológico y económico con el objetivo de establecer las características de este medio de comunicación y a partir del conocimiento que se tiene sobre ella, alcanzar un nivel crítico y de comprensión para definir sus alcances y limitaciones frente a la sociedad. Existen demasiados trabajos y autores que a lo largo de los años han proporcionado estudios sobre la televisión, por ello, para definirla sólo se ha considerado un grupo de investigadores que al momento de consultarlos han impactado por sus ideas y por su capacidad explicativa y de concreción.³²

³⁰ Ibid., p. 21

³¹ Orozco, Gómez, Guillermo, “El rescate televisivo, un desafío cultural de la audiencia” en *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Universidad Iberoamericana, México, 1996, p. 243

³² Autores como: Umberto Eco, Marshall McLuhan, Armand Mattelart, Jesús Martín Barbero, Javier Esteinou Madrid, Guillermo Orozco entre otros. Más adelante se considerará autores mexicanos como Raúl Cremoux, Fátima Fernández Christlieb, Florence Toussaint, Raúl Trejo Delarbre, entre otros, así como a Pierre Bourdieu y Giovanni Sartori.

Asimismo, otro de los objetivos de este trabajo es presentar en este segundo capítulo el sistema abierto de televisión en México, que implica el análisis de su composición, origen, manejo, contenido y programación, entre otros aspectos.

A partir de los intereses existentes en la televisión, como de quienes la controlan, ya sean grupos económicos o los Estados y de los contenidos que se presentan dirigidos a una audiencia mayoritaria o minoritaria y que son comerciales, de entretenimiento, informativos, educativos y culturales, se perciben diversas modalidades de televisión como la abierta o cerrada. La televisión abierta en México es privada, pública, comercial, cultural, estatal o gubernamental. Mientras que la televisión cerrada es restringida o de paga, transmitida por sistemas de cable, satelital, o de super alta frecuencia (MVS), que privada, comercial. Asimismo, a partir de su evolución tecnológica, ahora se concibe a la televisión como digital.

El investigador Enrique Bustamante, en el libro *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, realiza una clasificación de las modalidades de televisión a partir de su vínculo con la economía de mercado. De acuerdo a este autor la televisión es económica, regulada, desregulada, pública, privada, concentrada, programada, producida, publicitaria, consumida, local y regional, pagada y digital.³³

A partir de esta tipología, la televisión abierta en México, que obtiene financiamiento publicitario, pero no público, toda vez que este tipo de financiamiento permitiría su autonomía frente al gobierno, es *regulada*, porque jurídicamente es controlada por el Estado, *desregulada* al adquirir nuevos comportamientos que rebasan lo estipulado en las leyes que la regulan, como la adquisición de Imevisión de parte del Gobierno Federal, *privada*, porque su objetivo es la obtención de ganancias económicas a partir de inversiones publicitarias y el

³³ Bustamante, Enrique, *La televisión económica, Financiación, estrategias y mercados*, Editorial Gedisa, España, 1999.

aumento de audiencias, *concentrada*, al permanecer en manos de empresas monopólicas nacionales, *programada*, al tener como principal producto a la programación conservadora y repetida, que no considera nuevos formatos, *producida*, al sujetarse la producción a cuestiones económicas, a la competencia y a los géneros y sus diferentes formatos y productos, *publicitaria*, por que a través de ella se comercializan productos, *consumida* al percibir a las audiencias como consumidoras de televisión y en este sentido se aplican estudios sobre ellas, y *local o regional*, al existir televisoras locales que describen las particularidades de la localidad o la región, que son alternativas a la privada-comercial.³⁴

Para algunos investigadores como Guillermo Orozco, la televisión pública ha sido inexistente en el país, debido a que el público o la audiencia no controla la producción, la organización, es decir, la programación ni el contenido de algún canal de televisión. En nuestro país:

“La televisión pública ha sido muchas cosas: una de estado o de un partido político o una universitaria o educativa, menos salvo en raras ocasiones, una realmente pública. Esto es del público... lo público de la televisión se ha confundido con lo estatal y, peor aún, como en el caso mexicano lo estatal se confunde fácilmente con lo gubernamental... Lamentablemente esa definición que sugiere algo “alternativo” no ha constituido ninguna opción cultural para la sociedad, como tampoco una posibilidad real para la participación. Sólo muy pocas veces una TVP ha involucrado sistemáticamente la concurrencia de algún sector social –distinto al gubernamental o al intelectual- y coexistido así dentro del sistema nacional de televisión...”³⁵

³⁴ La televisión digital es la televisión del futuro, que cambiaría radicalmente a la actual, por el abaratamiento de los soportes y la multiplicación de la oferta; y también por la ampliación de los programas. Ibidem

³⁵ Orozco, op.cit., “El rescate televisivo, un desafío...” p. 236

Para Pablo Marentes,³⁶ la televisión pública en México (pertenece al Estado), es tanto la televisión concesionaria-comercial, como la permitida, financiada por el gobierno, ya sea federal o local, ya que de acuerdo al artículo primero de la Ley Federal de Radio y Televisión “Corresponde a la *nación* el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible”.

Desde sus inicios la televisión mexicana fue controlada por grupos económicos privados, etapa en donde el Estado mexicano o mejor dicho el gobierno mexicano se deslinda del control sobre ella, delegando la responsabilidad a una elite empresarial que tenía experiencia en el manejo de otros medios como la radio, es el caso del empresario Emilio Azcarraga Milmo. Por tanto, este medio de comunicación fue desarrollándose en el marco comercial y publicitario teniendo como principales contenidos el del entretenimiento y de menor cantidad y calidad el informativo y el cultural, debido a que como expresa Raúl Cremoux, la ideología del empresariado que controla la televisión mexicana es eminentemente capitalista caracterizado por fines de lucro y acumulación de capital. “Los representantes del capital en la televisión...reconocen que los medios eléctricos deben colaborar en el desarrollo del país... desarrollo es todo aquel mensaje que promueva las ventas, éstas la producción y con ello el bienestar. Por ello mismo repiten... que la televisión cumple con la función asignada de fomento económico.”³⁷

En este tipo de televisión los únicos beneficiados son los anunciantes, aquellas empresas nacionales y trasnacionales que promueven sus productos a través de la televisión; además, también los concesionarios quienes venden los espacios a precios altísimos

³⁶ En Entrevista realizada al profesor Pablo Marentes el 22 de mayo de 2007.

³⁷ Cremoux, Raúl, *¿Televisión o prisión electrónica?*, Fondo de Cultura Económica, México, 1979, p. 74

perjudicando la programación que se ve fragmentada y que de por sí es superficial. En este círculo de relación, el público es el perdedor, ya que desde una teoría crítica de los medios, la televisión contribuye al debilitamiento cultural, a la distracción y por tanto a la estabilidad económica para el beneficio de los más poderosos.

En este marco, es importante puntualizar la influencia de la televisión estadounidense como industrial cultural, que sirve como parámetro para los creadores mexicanos y que por otro lado de forma minoritaria comienzan a importar programas y a imitar ideas proyectándolas en los diversos programas transmitidos en el territorio nacional. Además, de los Estados Unidos “se importan maquinarias, tecnología y capital. La única aportación de nuestro país consistió en crear contenidos propios, dentro de los cuales destaca el género de las telenovelas. Este ha sido uno de los productos más vendidos del exterior...”³⁸

La televisión privada se establece en nuestro país con mayor fuerza, alcance e influencia debido a que desde un inicio fue el único modelo de televisión, concentrada en un monopolio empresarial que poco a poco fue absorbiendo a otras empresas que intentaron entrar en el negocio mediático pero que finalmente fueron desapareciendo; tal es el caso del canal 8 de Monterrey que tuvo que integrarse a Telesistema Mexicano conformado por los canales 2, 4 y 5, para dar lugar al surgimiento de Televisa considerada como una de las empresas más importantes de América Latina, en 1972.

Esta empresa, además de monopolizar la televisión por un poco más de 20 años, ha tenido otros negocios de entretenimiento que influyen considerablemente en la cultura de los mexicanos, relacionados con lo deportivo, la industria musical, estaciones de radio, revistas y periódicos. En los últimos años, dicha empresa ha buscado expandirse a partir de la compra de acciones de otras televisoras latinoamericanas como la Red Televisiva, Megavisión de Chile o

³⁸ Toussaint, Florence, *Televisión sin fronteras*, Siglo XXI editores, México, 1998, p.23

la cadena Univisión, así como la compra de acciones del sistema satélite: Panamsat, que después fue adquirida por otra empresa de comunicaciones transnacional. Lo destacable es que, a partir de esta adquisición, Televisa, establece una nueva empresa de televisión de paga llamada SKY, que difunde 150 canales.³⁹

Además de Televisa, en 1993 surge otra empresa de televisión privada llamada Televisión Azteca⁴⁰, cuyas funciones, objetivos y por tanto programación y contenidos no difieren en mucho a la de su competidora. Por lo tanto, en la actualidad dos empresas de televisión privada sostienen en mayor medida la televisión abierta en nuestro país.

La televisión abierta en México además de la televisión privada está compuesta por otros modelos como los canales gubernamentales estatales y locales, así como culturales, que cuentan con menor cobertura a nivel nacional así como pocos canales de transmisión. Es decir, el espacio televisivo para estos modelos que se acercan a una televisión alternativa distinta a la acaparada por la televisión privada-comercial es mínima, ya que en conjunto abarcan sólo de dos a tres canales a nivel nacional o por entidad federativa.

El Canal 11 administrado por el Instituto Politécnico Nacional, organismo público desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública y el Canal 22 administrado por el

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Esta empresa mediática surge en el contexto neoliberal y de globalización, a partir de las políticas asumidas por los gobiernos mexicanos, como el de la privatización de empresas públicas que son vistas como no rentables para las finanzas públicas y llevada a cabo como medida (entre otras) para controlar la crisis económica del país. El Tratado de Libre Comercio de América del Norte firmado en 1994 por el gobierno mexicano representado por el Ejecutivo Federal, Carlos Salinas de Gortari y sus homólogos de Estados Unidos y Canadá, contribuyó al aceleramiento de nuevas medidas apegadas al modelo económico neoliberal y a la globalización, reflejados en el terreno de la comunicación masiva, que favoreció de manera importante a la empresa de TV Azteca al incrementar sus inversiones y ganancias por medio de venta de publicidad, de adquisiciones nacionales e internacionales de programación y canales de televisión, así como políticas laborales basadas en la flexibilización y exportación de producciones. A tal grado que en el año 2001, contaba con más de dos mil millones de dólares de valor empresarial. Además incrementó las transmisiones de sus producciones en el territorio nacional, con sus canales 13 y 7 que operan a través de 250 estaciones locales, y vistas en todo el mundo por el sistema satelital SKY. Su programación está compuesta principalmente por los siguientes géneros: información (noticiarios), entretenimiento, de ficción (telenovelas) y no ficción (*talk* y *reality shows*) y transmisiones deportivas. Gómez, García, Rodrigo, "TV Azteca y la industria televisiva mexicana en tiempos de integración regional (TLCAN) y desregulación económica", *Comunicación y Sociedad*, Nueva Época, Número 1, enero-junio de 2004, Universidad de Guadalajara.

Consejo Nacional de Cultura y las Artes, constituyen dos ejemplos representativos de otras formas de hacer televisión que se inclinan por la realización de programas culturales que difunden conocimientos científicos y artísticos. La problemática radica en que estos no tienen alcance nacional en la televisión abierta, sólo en la Ciudad de México y en las zonas conurbana. Sin embargo, la población de cada entidad federativa, cuenta con televisoras locales o regionales administradas por los gobiernos estatales quienes han impulsado pero también controlado la programación televisiva con fines publicitarios sobre las acciones del propio gobierno estatal. A partir de esto, se concluye que tanto la televisión cultural como la local o regional “no han estado regidos por el público y su funcionamiento no ha respondido a los requerimientos propios de una televisión tal.”⁴¹

De acuerdo a datos proporcionados por el investigador Guillermo Orozco en el libro *Historias de la televisión en América Latina*, el contenido de la programación de la televisión abierta en México en 1990 se dirige a géneros de telenovela, cómic, dibujos animados, aventura, miniserias que difunden valores sobre familia, amor, éxito, astucia, amistad, solidaridad, trabajo, nacionalismo y productividad en cuarenta y dos programas transmitidos en ciento seis horas. Asimismo, los programas con mayor preferencia del público en el año 2001 fueron los informativos con un 50 %, seguido de los deportivos con un 34%, después las telenovelas y películas extranjeras con un 27%, le siguen las películas mexicanas con un 25% y finalmente los cómicos con un 15%. En ese mismo año, el auditorio de la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey prefirió al canal 2 con un 42% seguido del Canal 13 con el 39%, después el canal 5 que tiene el 19%, luego el Canal 11 con un 20% cuyo aumento

⁴¹ Orozco, Gómez, Guillermo, “La televisión en México”, en *Historias de la televisión en América Latina*, Editorial Gedisa, España, 2002, p. 211

preferencial es considerable comparándolo con el porcentaje de 1994, año en el cual sólo contaba con el 6% de preferencia.⁴²

Las estaciones de televisión abierta se distribuyen entre las diversas compañías o instituciones, siendo las empresas privadas las más beneficiadas como Televisa, con 326 estaciones acaparando el 46.2 %, y Televisión Azteca con 251 estaciones que equivale al 35.6%. Por su parte el gobierno cuenta con 91 estaciones de televisión equivalente al 12.9 % y otras empresas tienen 37 estaciones, que constituyen el 5.3 %.⁴³

Además de la televisión abierta, se cuenta con la televisión cerrada o por cable y satelital identificada como televisión de paga o restringida que abarca a un público minoritario de suscriptores; sus programas son principalmente de extracción extranjera provenientes tanto de los Estados Unidos como de Europa cuyo contenido es diverso aunque predomina el comercial dirigido al entretenimiento. A nivel nacional sólo un 16 % de la totalidad de los televidentes mexicanos tiene contrato de televisión de pago, y en la Ciudad de México, sólo el 21% en el año 2001.⁴⁴

Como se percibe, en la televisión mexicana, bajo el sistema abierto y cerrado, predomina el control privado-comercial, perjudicando considerablemente al público mayoritario que diariamente utiliza este medio sólo como forma de entretenimiento y en menor medida como medio informativo y de socialización cultural o como herramienta educativa, esto debido a que el sistema económico y democrático prevaleciente que se ha acentuado con mayor intensidad en nuestro país y en todo el mundo a partir de la ideología de la exacerbación del libre mercado que conlleva la reestructuración económica así como la transformación de las funciones del Estado, ha invadido otras esferas o ámbitos como el

⁴² Ibidem

⁴³ Ibid., p.p. 220, 221, 233

⁴⁴ Ibid., p.p. 231, 232

político, social y cultural. En esta marco, desde sus inicios la televisión mexicana no ha sido una herramienta o vehículo de desarrollo cultural y educativo debido a que es utilizada como negocio que beneficia a un grupo económico muy reducido así como también a la élite o clase política en el país.

El problema de esta situación surge desde el momento en que el gobierno mexicano en aquel entonces autodenominado como revolucionario, se deslinda del manejo de este medio otorgándole la responsabilidad para su control al sector privado a través de concesiones, sin regular abiertamente a través de leyes secundarias condiciones en relación a la programación y el contenido de la televisión, excluyendo al propio Estado la oportunidad y el derecho de ser el verdadero administrador y organizador de la televisión en México.

En la regulación jurídica de la televisión mexicana existen vacíos tanto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en el artículo 27, así como en la Ley Federal de Radio y Televisión que desde que fue promulgada en 1960 no ha sufrido una reforma importante que permitiera la transformación de la televisión para el beneficio de la sociedad mexicana. En este marco, el gobierno mexicano desde hace varias décadas no se ha ocupado de una regulación efectiva sobre este medio, ya que históricamente existen lazos económicos y políticos importantes entre los empresarios de televisión y los diversos gobiernos principalmente priistas. Así lo expresa Florence Toussaint, quién establece que por un lado el gobierno apoya a Televisa a través de “favores fiscales, otorgamiento de concesiones y protección frente a su competidora de fuera, hasta la erogación de enormes sumas por compra de publicidad...”⁴⁵, y por otro lado, la empresa Televisa favorece al gobierno mexicano a partir de “propaganda disfrazada de noticias a favor del gobierno y del

⁴⁵ Toussaint, op.cit., 1998, p. 109

PRI, y estructurando y difundiendo consistentemente imágenes distorsionadas, mentiras y calumnias respecto a la oposición política, los movimientos sociales, asociaciones civiles, académicos e intelectuales críticos del régimen...”⁴⁶

Durante el gobierno federal panista encabezado por Vicente Fox Quezada, la situación es prácticamente la misma, ya que la alternancia política no implicó cambios profundos relativos a la regulación de las concesiones de televisión otorgados a empresarios privados, al contrario, su poderío económico continua al renovarse los derechos de concesión y por tanto, al no considerarse la reforma de la Ley Federal de Radio y Televisión que ha quedado congelada. Es decir, ni el poder Ejecutivo, ni el Legislativo tienen intenciones de cambiar esta situación que contribuye al atraso cultural de nuestro país.

En el 2004, en el Congreso Nacional surgió la posibilidad de reformar la Ley Federal de Radio y Televisión. Lo más trascendente de esta iniciativa fue la propuesta de considerar a los medios electrónicos como entes de servicio público y la creación de un organismo independiente y ciudadano que evaluaría a los medios electrónicos llamado Consejo Nacional de Radio y Televisión constituido por cinco consejeros independientes designados por el Presidente de la República, con la participación del Senado. Las funciones de este órgano sería el de administrar el espectro radioeléctrico para la prestación del servicio, ya que tendrá a su cargo otorgar, renovar, modificar y revocar las concesiones, permisos y asignaciones directas, así como vigilar el cumplimiento de la ley en materia de los contenidos de la programación. Tiene también a su cargo imponer sanciones a los concesionarios, distribuir los tiempos del Estado y vigilar el cumplimiento del derecho de réplica.⁴⁷

⁴⁶ Ibidem

⁴⁷ *La Jornada*, 12 de diciembre de 2004, p.12.

Más recientemente, en medio del proceso electoral para la Presidencia de la República en el 2006, en el Senado de la República se discutió, congelándose lo aprobado por la Cámara de Diputados, (a través de 327 votos a favor y ninguno en contra) sobre la reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión y la Ley de Telecomunicaciones, que en términos generales “aseguraba para los actuales oligopolios el terreno, con las concesiones refrendadas hasta 2021 y las frecuencias digitales también... un reparto del pastel publicitario, de la audiencia y de los mercados paralelos, que no les llevaría a mejorar su oferta de contenidos.”⁴⁸ Esta decisión del Senado, conllevó a que 47 senadores de la 59 legislatura interpusieran la figura jurídica de acción inconstitucional en contra de estas leyes, para que fuesen evaluadas por la Suprema Corte de Justicia de la Nación a partir de sesiones celebradas desde el 28 de mayo de 2007.

En cada una de las sesiones del pleno, los ocho magistrados observaron y expusieron la existencia de incongruencias en algunos artículos importantes de la citada ley aprobada por los Diputados, relativos a la duración y renovación de concesiones de radio y televisión, así como la adquisición de otros servicios adicionales, que se tenía previsto realizarse sin licitación pública, solo a través de una subasta, como si se tratará de mercancías sujetas a la oferta y demanda que en conjunto, en palabras de la ministra Olga Sánchez Cordero convenían sólo “a los concesionarios actuales en relación con los permisionarios de estaciones oficiales y quienes prestan servicios de telecomunicaciones, y respecto de cualquier interesado en incursionar en el mercado de la radiodifusión”⁴⁹

⁴⁸ Toussaint, Florence, “Medios y elecciones 2006”, *Proceso*, número 1520, México, 18 de diciembre de 2005, p. 72.

⁴⁹ www.jornada.unam.mx, 6 de junio de 2007.

De esta manera, en un acto histórico, los magistrados resolvieron emitir como inconstitucionales algunos artículos torales. Después de ocho sesiones intensas:

“declararon inconstitucionales en su totalidad y por unanimidad los artículos 28 y 28-A de la LFRT en los que, a juicio de los demandantes, se estableció un régimen de privilegios para los concesionarios de televisión, a quienes se permitía prestar servicios adicionales en telecomunicaciones (Internet, telefonía celular, transmisión de voz y datos, entre otros) sin licitación y sin el pago de una contraprestación al Estado. Igualmente, se declararon inconstitucionales, y se derogaron, partes del artículo 9-C de la LFT, y 16 de la LFRT que permitían concesiones por 20 años y el refrendo automático y prácticamente a perpetuidad de las mismas. También se anuló la subasta pública -contenida en el artículo 17-G- como criterio único para otorgar concesiones de radio y televisión, y la sola presentación de "solicitud de opinión favorable, presentada" a la Comisión Federal de Competencia (Cofeco). Es decir, con la invalidez de la fracción V del artículo 17-E, será indispensable la opinión favorable de la Cofeco, y no la mera solicitud a ese órgano antimonopolio, para el otorgamiento de concesiones. Se declararon inconstitucionales parte de las fracciones primera y tercera del artículo 20 de la LFRT, que daban facultades discrecionales a la autoridad para otorgar o no permisos de radiodifusión a organismos sociales, educativos, experimentales y comunitarios. La Suprema Corte invalidó también un tramo de los artículos 9-C y segundo transitorio párrafo tercero de la LFT, que facultaban al Senado a objetar los nombramientos de los integrantes de la Cofetel designados por el Ejecutivo federal, que establecieron que no serían elegibles a esa comisión quienes ocupaban el cargo de comisionados antes de la entrada en vigor de la *ley Televisa*... Por otra parte, el pleno rechazó declarar inconstitucional "por omisión" la *ley Televisa*, al no incluir un marco normativo para que los pueblos y comunidades indígenas puedan adquirir y administrar medios de radiodifusión. En la mayoría de los artículos que quedaron vigentes hubo opiniones encontradas, pero no se alcanzaron los ocho votos para anular dichos preceptos.”⁵⁰

Ahora corresponde al Presidente de la República y al Congreso de la Unión resolver de manera definitiva la consistencia de las leyes relativas a los medios masivos, considerando de manera obligatoria las sentencias emitidas por la Suprema Corte de Justicia de la Nación, cuya actuación representa un sentido revés al trabajo legislativo de la Cámara de Diputados, compuesto por representantes populares desleales quienes (recordando a Max Weber) viven de la política y no para la política, al tomar decisiones justas para el sector minoritario empresarial, injustas para el mayoritario social, que nuevamente resulta ser el más

⁵⁰ www.jornada.unam.mx, 8 de junio de 2007.

perjudicado. Por ello es necesario transitar de una democracia representativa a una democracia participativa.

Conclusiones finales. Frente a este marco actual, es necesario que existan otras modalidades de televisión que se ocupen por realizar funciones sociales que impliquen cambios sustanciales en la programación y contenidos que predominan en la televisión mexicana, sobre todo en relación a la televisión abierta que es empleada mayormente por la población en su conjunto que desde el punto de vista social está en franca crisis. Por otra parte, en el ámbito político, como bien indica Karl Popper “una democracia no puede existir si no se somete a control la televisión, o más precisamente, no puede existir por largo tiempo en tanto el poder de la televisión no se haya descubierto plenamente...”⁵¹

Finalmente, es importante señalar que el problema de los medios en México, específicamente de la televisión, debe resolverse no sólo en el ámbito gubernamental si no que es necesaria la participación del Estado en su conjunto y no sólo del grupo gobernante, es decir, la audiencia debe exigir y hacer valer tanto su derecho a la libertad de expresión, como el derecho a la información a partir de mecanismos o procesos enmarcados por la organización civil y política de los distintos sectores que componen al país, principalmente aquellos que están informados y que conocen la realidad política de los medios y que forman parte de organizaciones sociales o grupos académicos.

⁵¹ Popper, Karl, “Una patente para producir televisión”, *La televisión es mala maestra*, Fondo de Cultura Económica, México, 1ª reimpresión, 2000, p. 55

CAPÍTULO III

CONCEPTO DE CULTURA POLÍTICA¹

El objetivo de este capítulo es definir el concepto de cultura política y asociarlo, desde el punto de vista teórico, con la televisión. Los estudios de cultura política son recientes en México. Han sido realizados en diferentes campos o disciplinas sociales como la Antropología, la Sociología o la Ciencia Política. De manera general, todas ellas proponen que la cultura política debe ser entendida como el conjunto de valores, actitudes y costumbres compartidas entre los individuos orientadas hacia lo político que abarca a los actores, procesos e instituciones.

Asimismo, se establece que la cultura política comprende comportamientos e ideas políticas que los sujetos obtienen a partir del aprendizaje transmitido por diversos agentes socializadores como la familia, la escuela o los medios de comunicación. La cultura política delinea el desenvolvimiento de las estructuras políticas y de los sistemas políticos, tratándose de Estados nacionales, pero desarrollándose de manera diferente, dependiendo la cultura de la que se trate. Es decir, no sólo existe la cultura política nacional, sino también, la cultura política de las subculturas, como los grupos étnicos.

¹ Antes de establecer el concepto de cultura política, es importante considerar la definición de cultura y política, para orientarnos en el entendimiento de dicho concepto. Para ello, se considera la definición sobre ambas categorías de Jacqueline Peschard, que de manera clara proporciona las siguientes definiciones: “La *cultura* es el conjunto de símbolos, normas, creencias, ideales, costumbres, mitos y rituales que se transmite de generación en generación, otorgando identidad a los miembros de una comunidad y que orienta, guía y da significado a sus distintos quehaceres sociales. La *cultura* da consistencia a una sociedad en la medida en que en ella se hallan condensadas herencias, imágenes compartidas y experiencias colectivas que dan a la población su sentido de pertenencia, pues es a través de ella que se reconoce a sí misma en lo que le es propio. (En tanto) la *política*, es el ámbito de la sociedad relativo a la organización del poder. Es el espacio donde se adoptan las decisiones que tienen proyección social, es decir, donde se define cómo se distribuyen los bienes de una sociedad, o sea, que le toca a cada quién, cómo y cuándo.” Peschard, Jacqueline, *La cultura política democrática*, Cuadernos de divulgación de la cultura política democrática, Instituto Federal Electoral, México, 1996, pp. 2 y 3.

En nuestro país, la preocupación actual sobre cultura política se desenvuelve en el ámbito nacional. Se pretende que la cultura política nacional sea democrática, caracterizada por altos niveles de participación política de todos los sectores sociales, de interés y conocimiento sobre las acciones de gobierno y de inclusión o intervención ciudadana en el ámbito gubernamental. Ello implica un grado de racionalidad y conciencia sobre el desarrollo político y de las actividades de gobierno a través de las instituciones que las conforman y los actores políticos implicados en lo público o lo que es común a todos. Es decir, la cultura política democrática, no se conforma sólo de la participación electoral de los ciudadanos sino implica un activismo político apartidista que rebase los tiempos electorales.

Los investigadores norteamericanos Gabriel Almond y Sydney Verba, buscaron conocer el tipo de cultura política, en cinco naciones, a partir de la realización de encuestas aplicadas a los ciudadanos de cada país.² El resultado de la investigación de Almond y Verba trae como consecuencia el establecimiento de una tipología de cultura política delineada por tres orientaciones internalizadas por los individuos. Dichos autores establecen la existencia de tres tipos de cultura política: la parroquial, de súbdito y participativa. De acuerdo a Jacqueline Peschard, las características esenciales de este tipología de cultura política son las siguientes:

“La cultura política *parroquial*, en la que los individuos están vagamente conscientes de la existencia del gobierno central y no se conciben como capacitados para incidir en el desarrollo de la vida política. Esta cultura política se identifica con sociedades tradicionales donde todavía no se ha dado una cabal integración nacional. La cultura política *súbdito* o *subordinada*, en la que los ciudadanos están conscientes del sistema político nacional, pero se consideran a sí mismos subordinados del gobierno más que participantes del proceso político y, por tanto, solamente se involucran con los productos del sistema (las medidas y políticas del gobierno) y no con la formulación y estructuración

² Almond Gabriel y Verba Sydney, *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en cinco naciones*, Fundación de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada, Madrid, 1970.

de las decisiones y las políticas pública. La cultura política *participativa*, en la que los ciudadanos tienen conciencia del sistema político nacional y están interesados en la forma como opera. En ella, consideran que pueden contribuir con el sistema y que tienen capacidad para influir en la formulación de las políticas públicas.”³

Estos tipos de cultura política se constituyen a partir de orientaciones, que Almond y Verba denominan como evaluativas, afectivas y cognoscitivas, referidas a juicios u opiniones, así como sentimientos e información o conocimientos de los individuos acerca del sistema político. Es decir, estas orientaciones se dirigen a lo que dichos autores señalan como objetos de la política: instituciones, actores, procesos y el individuo mismo como ciudadano con derechos y obligaciones que cumplir. El objetivo de cualquier Estado democrático es asumir una cultura política cívica que contenga los tres tipos de cultura política, para evitar ingobernabilidad o crisis política. Para Almond y Verba, debe presentarse en conjunto ciudadanías apáticas o ignorantes de lo político, pero también participativas que exijan a sus gobernantes pero no en exceso, por que ello provocaría ingobernabilidad.⁴

Cabe destacar que de esta propuesta de investigación se desprenden ciertas críticas que otros investigadores consideran importante resaltar (como Jean Pierre Cot). Por ejemplo, la encuesta que aplican en los cinco países estudiados (Estados Unidos, Inglaterra, Alemania, Italia y México) es la misma a pesar de que la historia política, a pesar de que la estructura y el sistema político y el desarrollo económico es diferente en cada país, por lo tanto la experiencia política de los individuos es desigual, haciendo imposible su comparación. Es decir, en ningún momento se plantea la relación de la estructura política

³Ibid., pp. 8 y 9

⁴ Almond y Verba, op.cit.

con la estructura económica y social. México constituye un buen ejemplo en este sentido. Cuando se realizó el estudio a principios de la década de los sesenta, (en nuestro país la encuesta fue aplicada entre 1958 a 1963) predominaba un partido único que gobernaba en todos los ámbitos de gobierno y todos los poderes políticos (Legislativo, Ejecutivo y Judicial). Esto hace suponer la no existencia real de otros partidos anulándose la competitividad política electoral. Por lo tanto, lo ocurrido en aquella época en nuestro país es un caso único que no puede ser comparado con la vida política de las otras naciones estudiadas.

Por otra parte, el estudio se limita a establecer culturas políticas nacionales excluyendo a subculturas que sobreviven en las distintas naciones: “En esta perspectiva, la cultura nacional es concebida como una totalidad indivisible que se proyecta en los diferentes subsistemas (políticos, religiosos, escolares) y que permite explicar sus características.”⁵ Dicho estudio niega la existencia de subculturas y por tanto de las diferencias políticas, sociales y económicas que se desprenden de la diversidad de los países estudiados. Asimismo, no se considera relevante a las clases sociales, ya que las preguntas son las mismas para un campesino que para un empresario mexicano. Así lo observa Jean Pierre:

“Sumar las respuestas del campesino mexicano con las del director del Banco Nacional de México a la pregunta: Algunas personas consideran que una campaña electoral es necesaria para que el público pueda apreciar a los candidatos y los problemas políticos del momento; ¿qué piensa usted a este respecto?, pone de manifiesto un etnocentrismo de

⁵ Pierre, Cot, Jean, *Sociología Política*, Editorial Blume, España, 1978, p. 268

clase e ignora la difusión diferencial de la cultura política según clases sociales, así como la función social de esta diferenciación.”⁶

Otros puntos que esclarecen la limitación del estudio proporcionado por dichos investigadores norteamericanos, tienen que ver con que, en muchos casos, como en los países asiáticos, no es necesario contar con una cultura cívica para ser democráticamente estables. Ya que la democracia se construye de diversas formas. Por ejemplo, la cultura política en Japón e Inglaterra tienden a legitimar la jerarquía, mientras que en Estados Unidos la cultura política es más igualitaria. Entonces, las actitudes hacia el papel del Estado varían entre las culturas: algunos como Suecia, esperan la intervención estatal extensa en los asuntos de ciudadanos, con tal de contar con bienestar público extenso; otros, como Estados Unidos, consideran que el Estado debe ser mínimo.⁷

Otro desafío de este concepto, es la preferencia de la estructura política y de las instituciones en el análisis político, excluyéndose la diversidad y dinámica cultural de cada una de las sociedades. Así como, la no consideración de factores genéticos en el estudio, al insistir que el proceso de socialización transita de generación en generación y sin considerar el papel de la biología en ese proceso. Y por otra parte, se cuestiona la explicación del cambio político, que suele ser limitado, puesto que la teoría de la cultura política implica la existencia de una política estática sobre una cultura inmutable.⁸

Bajo estos esquemas, es necesario la renovación y evolución del concepto a partir de la consideración de los siguientes supuestos: su estudio debe estar encaminado a casos específicos, que incluyan aspectos condicionantes como el social y el económico, evitando

⁶ Ibid p. 269

⁷ Martín, Lipset, Seymour, *The encyclopedia of democracy*, Editorial Board, V. III, United States, 1996, p. 967.

⁸ Ibid., p. 968.

teorías generales y de comparación. Y de esta manera erradicar la hipótesis de la relación entre cultura cívica con la estabilidad democrática, ya que en algunos países como los asiáticos existe estabilidad democrática, sin cultura cívica.

Ante la anulación de las diferencias desarrolladas en el ámbito político entre los países estudiados, y la invalidación de la relación entre la estructura social con la política y económica junto a la incomprensión de las clases sociales, en el estudio que realizan Almond y Verba, se percibe el interés de contribuir al mantenimiento y a la reproducción del modo de producción capitalista y la existencia perpetua del pensamiento liberal que exalta a la democracia.

Es importante resaltar que el análisis sobre cultura política no sólo debe centrarse en el ámbito nacional o a través de la identificación de subculturas. El proceso de globalización se ha acelerado, sobre todo a partir de las políticas económicas que exacerbaban el liberalismo económico y que trastocan la vida, ideología y por tanto costumbres y valores de los ciudadanos; es posible entonces hablar de una cultura política globalizada a partir de que los ciudadanos de los diversos países tienen nociones e información de lo que ocurre en todo el mundo a través de los medios de comunicación de masas.

En el caso de México durante varias décadas el estudio sobre cultura política ha sido limitado, sin embargo ha estado presente el interés por estudiar el desarrollo político del país y por tanto la cultura política, así lo expresa Esteban Krotz:

“...Aunque el término “cultura política” apareció en México apenas en los años sesenta y tardó todavía dos décadas más en ser casi omnipresente en el debate político y en el estudio académico, la temática que designa ha estado vigente en el país desde los intentos previos y posteriores a la Revolución Mexicana por definir lo esencial de lo “mexicano” y por dotar al país de instituciones propicias para su desarrollo. El carácter único del sistema mexicano resultante dirige posteriormente la atención de estudiosos extranjeros y

mexicanos hacia los protagonistas de esta historia, convirtiéndose así la “cultura política” en tema de investigación privilegiado.”⁹

Los estudios que proporcionaron un análisis específico sobre cultura política en México planteaban que la prevaleciente entre los mexicanos se caracterizaba por la apatía y conformismo, debido a la poca participación y organización para reaccionar frente al gobierno, ya que la estructura y sistema políticos se sustentaban un solo partido que impedía la pluralidad y alternancia en el poder político en México. Esto hacía posible que las actitudes y comportamientos de los mexicanos tuviesen esos tintes antidemocráticos. En el libro *La politización del niño mexicano* de Raúl Segovia “se concluyó que las instituciones mexicanas enculturaban políticamente a los mexicanos de manera tal que se ve garantizada la reproducción del sistema...”¹⁰ Se recurre más al término de cultura política a partir de que algunos sectores de la sociedad reaccionan para exigir respuestas a sus demandas de vida y comienzan a organizarse, es entonces cuando surge la preocupación por estudiar el comportamiento y actitudes de algunos sectores o grupos sociales para contemplar futuros escenarios dentro de la vida política y social en México.

Después de la Revolución Mexicana, comienza una nueva etapa del Estado Mexicano que implica transformaciones en el gobierno y la sociedad, enmarcadas por desigualdades que imposibilitan que la cultura política democrática se establezca de manera definitiva. Hoy en día, es difícil la posibilidad de cambiar o transitar hacia otro tipo de cultura como la participativa, debido a los niveles bajos de información, interés y participación políticos presentes entre la mayoría de los mexicanos. En este marco las

⁹ Krotz, Esteban, “La investigación sobre la cultura política en México: visión panorámica de un campo de estudio en construcción”, Winocur, Rosalía (coordinadora), *Algunos enfoques metodológicos para estudiar la cultura política en México*, Editorial Porrúa, Instituto Federal Electoral, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, México, 2002, p. 9

¹⁰ Ibid. p.16

instituciones de gobierno son insuficientes en la promoción de la cultura política democrática a pesar de la creación de institutos políticos integradas por ciudadanos cuyas funciones principales se realizan sólo en procesos electorales.

Si se quiere un cambio en la cultura política que prevalece en la actualidad y que se caracteriza por el compadrazgo, el clientelismo, el autoritarismo, la simulación, el conformismo y el desinterés por la información política, entre otras muchas cualidades propias de un Estado en retroceso, es necesario emprender un trabajo en el que de manera conjunta participen gobierno y sociedad. Es decir, no cabe más la idea de que los esfuerzos políticos por cambiar la situación en todos los ámbitos de la vida nacional, provengan de la esfera de gobierno que continuamente está inmerso en problemas de legitimidad y crisis.

La sociedad debe actuar a favor de sus intereses comunes a partir de la organización y difusión de lo político o de la cosa pública y sentir que forma parte del Estado a partir de lo que implica la noción de principios democráticos como la representación política. Asimismo considerando al cumplimiento de funciones del gobierno como obligaciones constitucionales y no como favores sociales. Sin embargo, cabe destacar que el inconformismo social hacia la política se presenta en la jornada electoral; el problema es que sólo en esta arena en crisis enmarcada por el abstencionismo se expresa una forma de participación política mayoritaria.

Pero ¿a que se debe que la mayoría de los mexicanos asuman este tipo de cultura política? Esta cultura se construye a partir del delineamiento estructural y sistémico en torno a un partido político que reclutó a diversos sectores sociales importantes como el

obrero o el campesino, dirigidos por grupos militares y caciques que fueron perpetuándose en el poder abarcando todos los ámbitos y poderes de gobierno.¹¹

“Según Moreno Sánchez, el PRI había señalado una pauta, un patrón de estructuras y proceder a otras organizaciones del país, esta imitación se extendía hasta los ambientes no políticos llegando a infiltrar incluso la vida cotidiana. Y terminaba diagnosticando que en cierto sentido México (estaba) PRI contaminado, que sufría una infección nacional que estaba invadiendo todo el organismo social. A nuestros ojos, lo que él describía hace un cuarto de siglo, era la existencia de una cultura política condicionada y dirigida desde el PRI.”¹²

Por otra parte, la cultura política asumida en México es un problema que radica y se genera en el Estado. La sociedad mayoritaria debe cuestionar el contexto en el que vive, enmarcado por el atraso económico que trastoca otros ámbitos como el social, educativo y cultural. Bajo este esquema, debe estar consciente del poderío estructural de los grupos controladores que buscan estabilidad y así mantener su poder. El problema cultural es de la sociedad mayoritaria y por tanto su resolución debe resolverse en y de parte de las mayorías.

En este sentido, siguiendo a Pablo González Casanova, el entendimiento y la realización efectiva de la democracia en México, se logrará a partir de la valoración a los sectores mayoritarios que componen la sociedad mexicana y que históricamente han sido marginados en todos los terrenos posibles: en lo económico, cultural y político, dificultándose la convivencia social por la desigualdad y el nulo desarrollo económico del

¹¹ Peschard, Jacqueline, (coordinadora), *Cultura política*, Universidad Autónoma Metropolitana, Instituto Federal Electoral, Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública, México, 1996.

¹² En Revueltas, Andrea, “Sistema de dominio y cultura política en México”, Peschard, Jacqueline, (coordinadora), *Cultura Política*, Universidad Autónoma Metropolitana, Instituto Federal Electoral, Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública, México, 1996, p. 47

país. Esto trae consigo que la cultura política secular no transite hacia otros niveles más democráticos, cuyo comportamiento queda demostrado a partir de tres aspectos claves: en la votación, en la información política del mexicano y en los partidos políticos, que en conjunto comprueban que la sociedad mexicana esta desorganizada, marginada y manipulada por líderes políticos y por organizaciones paragubernamentales.¹³

En estos parámetros, la inconformidad social, no se expresa de manera pública porque “no se manifiesta en forma consecuyente y continua, como fenómeno colectivo, institucional o natural... aquellos (el México marginal) no tienen organizaciones, ni tienen instrumentos de información o jurídicos, ni pertenecen al engranaje mínimo en que la inconformidad se manifiesta en la lucha electoral... sólo se manifiesta así a través de sus mediadores, de sus intermediadores, de sus negociadores...”¹⁴

Regresando a la cuestión de los estudios sobre cultura política en México, es importante destacar el interés del gobierno federal sobre este tema que se refleja a partir de la realización del Coloquio para el análisis de encuestas nacionales sobre política y prácticas ciudadanas celebrado en el 2002. En dicho coloquio diversos investigadores presentaron sus reflexiones en torno a los resultados que arrojaron las encuestas realizadas por el Instituto Federal Electoral y el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM “Ciudadanos y cultura de la democracia: reglas, instituciones y valores” en 1999 y la Secretaría de Gobernación en el 2001.¹⁵

A grandes rasgos, las dos encuestas aplicadas a mexicanos en todo el país, van encaminadas a conocer como los ciudadanos conciben las instituciones, los procesos y los

¹³ González, Casanova, Pablo, La democracia en México, Editorial Era, México, 1969.

¹⁴ *ibid.*, pp. 152, 153.

¹⁵ <http://www.gobernacion.gob.mx/coloquio> En esta página se muestra información en relación al “Coloquio para el análisis de encuestas nacionales sobre política y prácticas ciudadanas”, organizado por la Secretaría de Gobernación y el Instituto Federal Electoral, celebrado en el 2002.

actores políticos en torno a valores democráticos como la libertad, igualdad, justicia, tolerancia, responsabilidad y solidaridad. Por tanto, si aceptan las ideas democráticas que en el terreno de la política implican competencia, alternancia, legalidad y representación. Es decir, se conoce como los ciudadanos definen el poder. Asimismo, a partir de estos estudios se conoce como los ciudadanos se conciben dentro de la política al establecer la relación entre ellos con los órganos de gobierno o las instituciones políticas o públicas, así como su interés por la política.

A partir de los resultados arrojados por la encuesta realizada en 1999 por el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM y el Instituto Federal Electoral, la investigadora Yolanda Meyenberg Leycegui propone que actualmente la cultura política en México se comprende en tres tipos o perfiles de cultura política: el primero, es el ciudadano, el segundo es el de súbdito y el tercer lo denomina como meso-ciudadano.¹⁶ Dicha investigadora:

“Propone un primer perfil, al que denomina perfil ciudadano, que se distingue por la adopción de todos, o cuando menos de la mayor parte, de las reglas y valores propios de la democracia... El segundo, el perfil súbdito, se caracteriza por la presencia de rasgos de socialización política autoritaria como son la sujeción, la desigualdad, la arbitrariedad, la intolerancia y la falta de responsabilidad, además de una tendencia a despreciar o a quebrantar las reglas estipuladas... El tercer perfil, el perfil meso-ciudadano, constituye una cultura política en tránsito en la que Meyenberg identifica la presencia simultánea en los sujetos de rasgos tanto del perfil ciudadano como del perfil súbdito. No obstante, la diferencia versa en la afiliación a formas de socialización corporativista y no en la adscripción de valores autoritarios. En este perfil coexisten valores referidos a una visión

¹⁶ <http://www.gobernacion.gob.mx/coloquio>

comunitaria de la democracia (igualdad, solidaridad y tolerancia) y valores relacionados con la perspectiva liberal (libertad, responsabilidad y justicia).”¹⁷

A partir de la identificación de estos perfiles de cultura política, dicha investigadora concluye que difícilmente se logra comprender la superioridad de alguno de los perfiles debido a la complejidad que esboza el estudio de la cultura política que se caracteriza por la diversidad y presencia de múltiples tendencias político-culturales.

Por otra parte la investigadora Jacqueline Peschard, propone que el perfil de la cultura predominante en México es el de súbdito en transición, cuyas características no son las mismas de la existente en los años sesenta, debido a que se perciben cambios en los últimos quince años que han modificado muchas de las conductas y percepciones ciudadanas.

“En los últimos quince años, México se ha transformado como no lo había hecho durante décadas. Difícilmente puede comprenderse ya la estructuración del sistema político mexicano con base en el partido hegemónico, tampoco se entiende del todo el papel del corporativismo y la rectoría económica del Estado nos resulta tan ajena como decir nacionalismo revolucionario. Dicho en otras palabras, los paradigmas sobre los cuales el país se desarrolló prácticamente a lo largo del siglo XX, simplemente dejaron de existir.”

18

En este contexto, dicha investigadora considera al mexicano como “más activo, más consciente de sus derechos, celoso de la defensa de los mismos, se concibe más competente para influir en las decisiones públicas y entiende los beneficios de la colaboración con los

¹⁷ <http://www.gobernacion.gob.mx/coloquio>

¹⁸ <http://www.gobernacion.gob.mx/coloquio>

demás"¹⁹; sin embargo, el problema radica en que esta cultura no se manifiesta de manera general, solo en sectores minoritarios. El nivel de información de los ciudadanos sobre la política, es un aspecto decisivo para entender el tipo de cultura política prevaleciente y que demuestra el grado de interés de la ciudadanía por los asuntos del Estado.

La propuesta central de Jacqueline Peschard es que a partir de las transformaciones institucionales en la vida política y social que se presentan en nuestro país, se ha modificado la cultura política de los mexicanos (sobre todo las conductas y percepciones ciudadanas), sin embargo, “los mexicanos están caracterizados por una combinación de rasgos participativos, de competencia y eficacia, junto con un alto desinterés frente a la política, desconfianza en sus instituciones y una escasa disposición a asumirse como sujetos con responsabilidades y a participar en organizaciones ciudadanas, lo que permite hablar de un perfil de cultura política que denomino súbdito en transición.”²⁰

Las propuestas de ambas investigadoras contribuyen a comprender el tipo de cultura política que existe en la actualidad en nuestro país, que de manera general se concibe que no alcanza a ser un tipo de cultura política democrática sobre todo en el sentido de que gran parte de la población mexicana demuestra que sus valores y comportamientos hacia la política no tienen tintes democráticos.

De acuerdo a las dos encuestas realizadas mencionadas anteriormente, algunos datos obtenidos son los siguientes: alrededor del 80% de los encuestados recurren a la televisión para informarse sobre la política; en relación a la política, un 48% de la población dice que le interesa poco y un 27 % que no le interesa nada; por otra parte, el 33% de los ciudadanos

¹⁹ <http://www.gobernacion.gob.mx/coloquio>

²⁰ <http://www.gobernacion.gob.mx/coloquio>

asocian el dicho término con corrupción, y el 55% de los encuestados considera que la política es extremadamente compleja; el 40% de la población no le interesa en absoluto hablar de ella y cuando lo hace solamente es en el ámbito privado, con amigos y conocidos o en su casa, pero no en los espacios públicos como la escuela, el trabajo, etc.; alrededor del 66% de la población considera que la corrupción es responsabilidad compartida de políticos y ciudadanos, mientras que el 31%, culpa exclusivamente a los políticos de la corrupción, es decir, los ciudadanos no se sienten parte de ella; en relación al respeto a las leyes, el 42.5% señaló que ni los ciudadanos ni los gobernantes lo hacen; pero mientras sólo el 6 % de los ciudadanos considera que los únicos que no la respetan son ellos, un 31% sostiene que los únicos que no respetan la ley son los políticos. Por otra parte, el Presidente de la República cuenta con un nivel de confianza del 52% de la población, mientras que el Congreso de la Unión solamente tienen un nivel de confianza del 26%. La Cámara de Diputados y los juzgados resultan ser los peor evaluados, alrededor del 30% tiene una pésima imagen de ellos y sólo alrededor del 10% tiene una buena impresión del Poder Judicial y de la Cámara de Diputados. El 52% de la población considera que el país vive ya una democracia y para el 62% la democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno; solo un 36% considera muy o algo satisfecho con el desempeño de la democracia, la tercera parte se considera poco satisfecho y el 26% no está para nada satisfecho. El 51% de la población asumía que podía tener influencia en la toma de decisiones, mientras que el 33% consideraba tener poca influencia y el 14% ninguna. Asimismo el 88% de las personas pensaba que la mejor manera de hacer valer sus derechos era a través de la actuación en grupo, es este sentido sólo el 15% de la población se encuentra organizada y solo el 2% milita en organizaciones civiles o ciudadanas; el 41% de los encuestados afirma haber pertenecido en alguna ocasión a organizaciones para resolver

un problema específico, privilegiadamente problemas que tienen que ver con asuntos políticos.²¹

A partir de la elaboración y aplicación de estas encuestas se logra percibir los rasgos culturales en el ámbito político de los ciudadanos y permiten elaborar reflexiones o conclusiones en torno a la cultura política de los mexicanos.

Por otra parte, cabe señalar que el estudio realizado, en la esfera política, no solo compete a los que proponen hacerlo a partir de la noción de la cultura política, ampliamente utilizado por sociólogos y politólogos interesados en categorizar las relaciones entre los individuos con la estructura política. Hay otras propuestas para analizar dichas relaciones alejadas de la tradicional que parte del concepto de cultura política.

Héctor Tejera Gaona investigador mexicano de la Universidad Autónoma Metropolitana, propone que estudiar al individuo en la esfera política debe hacerse desde el ámbito cultural en la política, y no partiendo de la idea de cultura política, como derivación de la cultura en general o como subcultura. Es decir, la cultura no debe subdividirse o particularizarse, en cultura educativa, cultura del trabajo o cultura hogareña. Lo mismo ocurre con la cultura política. Para dicho autor el concepto cae en contradicciones al establecer como primer elemento de análisis los valores y costumbres específicamente políticos de los individuos, así como al intentar relacionar al individuo (su cultura política) con el sistema y estructura políticas. Señala que “el sistema político no necesariamente

²¹ <http://www.gobernacion.gob.mx/coloquio>

expresa la cultura política, en la medida en que éste pocas veces parece estar relacionado con las expectativas, normas y valores políticos del grueso de los ciudadanos.”²²

La idea inicial que abarca esta diferencia entre la cultura política o la cultura de la política es:

“que las relaciones políticas no pueden estudiarse con base en una estrategia que defina una cultura específica, la que generalmente se denomina como cultura política. Dichas relaciones políticas son, en realidad, expresiones peculiares de la cultura cuando ésta se pone en juego en el ámbito de las relaciones de poder; expresiones que se generan y son motivadas por el carácter particular que muestran las negociaciones y enfrentamientos políticos. Debido a este proceso “generativo” no se parte de la noción de cultura política, ni se emplean los procedimientos metodológicos y técnicos asociados a su estudio para abordar los procesos culturales en la esfera política...como se argumentará, no parece pertinente seguir el camino de establecer –de definir- un tipo peculiar de cultura, una cultura compuesta por un conjunto de normas, valores y subjetividades con respecto al poder para entender los procesos políticos...La diferencia central de la perspectiva de la cultura política con relación a nuestra propuesta, estriba en que no consideramos a la cultura política como producto “en parte” de la cultura, sino como una expresión de la Cultura (con mayúsculas) en el ámbito de las relaciones políticas. Ámbito en el cual adquiere características particulares debido al deseo de los actores sociales por alcanzar determinados objetivos con base en la negociación política”²³

La propuesta de dicho investigador es estudiar la cultura, política y sistema político a partir de la cultura de la política entendida como:

“un enfoque sobre un campo de las relaciones sociales, a partir del cual proponemos estudiar los sistemas de significación que intervienen en las relaciones políticas, los elementos culturales con base en los cuales éstas se integran, y que inciden en la aceptación

²² Tejera, Gaona, Héctor, “No se olvide de nosotros cuando esté allá arriba.” *Cultura, ciudadanos y campañas políticas en la Ciudad de México*, Editorial Porrúa UAM, Universidad Iberoamericana, México, 2003, p. 17

²³ Ibid. p. 23

o rechazo de las relaciones de poder existentes y, eventualmente, permiten la construcción de identidades individuales y colectivas que se expresan en el ámbito político.”²⁴

Lo que se cuestiona de la cultura política es que se centra en la política llevada a cabo en el ámbito de gobierno o a nivel Estatal, que abarca asuntos políticos o públicos que competen a una colectividad a partir de instituciones, actores y procesos que se desenvuelven en dichas esferas, olvidándose de que el poder se desarrolla en otras instituciones como la familia o en el ámbito laboral; además desde la perspectiva de la cultura política se presenta a los fenómenos políticos de manera estática, sin considerar el desarrollo de diferentes contextos que cambian constantemente a partir de los intereses o negociaciones de quienes están involucrados en el ámbito político. Es decir, la cultura política pretende explicar relaciones sociales particulares, mientras que la cultura se manifiesta de forma específica en contextos particulares que cambian constantemente.

A partir de lo presentado anteriormente se concluye que “lo que se ha denominado hasta el momento como cultura política no es en realidad una forma específica de cultura, sino la cultura expresándose en un espacio específico: el de las relaciones políticas.”²⁵

La importancia de considerar la noción de cultura política o el estudio de la cultura en el espacio político, radica en que a partir de estos supuestos teóricos se pretende explicar la realidad política de la sociedad, específicamente las relaciones que existen entre la sociedad y el ámbito de gobierno que en conjunto forman al Estado, como máxima organización política y social. Es decir, es válido realizar el análisis a partir de la noción de cultura política o de lo que propone Héctor Tejera, estudiar la cultura de la política.

²⁴ Ibid. p. 27

²⁵ Ibid. p. 70

Otras disciplinas sociales como la antropología o la psicología social, además de la sociología y la ciencia política se han preocupado en realizar aportes en relación a la cultura política. En el caso de la psicología social, la noción de cultura política “estaría asociada a un conjunto de valores, actitudes y conductas que conforman el marco de participación política donde el ciudadano define su comportamiento, modula sus relaciones sociales y las percepciones del poder”.²⁶

La psicología social se ocupa de la cultura política, centrandó su estudio en la participación política de los individuos, considerado como un elemento de análisis de la cultura política, referido como forma de comportamiento político de los individuos dentro del ámbito social. Es decir, la preocupación de la psicología social se centra en el comportamiento individual demostrado en la participación política en procesos electorales. Este interés surge a raíz de lo ocurrido en las elecciones federales de 1988, donde se percibe un cambio en el comportamiento de los ciudadanos, que en su mayoría participan en la jornada electoral destinando su voto a favor de otro partido político distinto al Partido Revolucionario Institucional.

En relación a la antropología, son diversos los estudios referidos al concepto y propuestas teóricas sobre cultura política relacionada con otros actores políticos. Pero también hay otros que de manera indirecta estudian la cultura política a partir de la investigación de variables o fenómenos políticos y sociales ocurridos en nuestro país, como es el caso de la cultura obrera, la identidad nacional, la relación entre cultura y poder

²⁶ González, Navarro, Manuel, “Participación y cultura política en la psicología social mexicana”, Krotz, Esteban, (coordinador), *El estudio de la cultura política en México (perspectivas disciplinarias y actores políticos)*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México, 1996, p. 152.

político, la legitimación del aparato estatal mexicano, los efectos de la jornada electoral de 1988 y, sobre campañas políticas de diversos candidatos.

Otro grupo de antropólogos²⁷ analizan la cultura política de diversos actores políticos como los sectores populares de Guadalajara, partidos políticos de izquierda, sectores urbanos marginados, grupos étnicos, clase obrera, campesinos, protestantes en México, movimientos magisteriales, entre otros. El antropólogo Esteban Krotz se preocupa por analizar el concepto, el carácter metodológico y vertientes teóricas de la cultura política, al mismo tiempo que propone una cuarta dimensión de la cultura política que denomina como la dimensión utópica, sobre las tres que habían propuesto Almond y Verba, la cognitiva, afectiva y evaluativa. La dimensión utópica de la cultura política considera los sueños, anhelos y deseos que los sujetos sociales crean y reproducen, mantienen y cambian la sociedad y la cultura.²⁸

Los estudios antropológicos dirigidos al análisis político o de las relaciones de poder, aportan una innegable gama de vertientes analíticas para su comprensión. Muestra de ello, es la propuesta de Claudio Lomnitz-Adler, quien se ocupa por estudiar a la cultura nacional a partir de casos concretos ubicados en espacios regionales específicos donde se desarrollan múltiples y diversas relaciones interculturales. El objetivo es distinguir las diferencias del poder de las élites regionales frente a las relaciones con el Estado nación, y

²⁷ Guillermo Peña, Esteban Krotz, Roberto Gutiérrez, Pablo Vargas, Eduardo Nivón, Jorge Alonso, Raúl Nieto, Adriana López Monjardín, Patricia Fortuny Loret de Mola, Susan Street, Ibid. pp. 75-138.

²⁸ Krotz, Esteban, “La dimensión utópica de la cultura política :perspectivas antropológicas”, Winocur, Rosalía, (compiladora), *Culturas políticas a fin de siglo*, Juan Pablos Editor, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, México, 1997, p. 48

a través de ello, reconocer la producción cultural. Es decir, el autor parte del análisis de las culturas regionales, para comprender la cultura mexicana.

Su estudio implica la utilización de diversos conceptos que permiten entender las diferencias marcadas entre las distintas regiones y que problematizan la veracidad de los estudios culturales que parten de lo nacional o general y no de lo particular. Conceptos como: cultura íntima, cultura de las relaciones sociales, ideología localista, coherencia y mestizaje se emplean para comprender la cultura en regiones de poder. Asimismo, se hace énfasis en las relaciones de dominación y hegemonía, la comunicación y la economía desarrolladas al interior de estas subculturas que explican las relaciones de poder y la producción cultural e ideológica.²⁹

Otro estudio que ejemplifica el abordaje de la política desde la perspectiva antropológica, es el análisis sobre las campañas político electorales en el país, que permite también entender la cultura política³⁰ a partir de la observación directa de los ciudadanos y de los políticos en campaña. A partir de los rituales políticos en procesos electorales se concluye que las relaciones de poder son clientelares propiciadas por lealtades verticales

²⁹ Ver más en Lomnitz-Adler, Claudio, *Las salidas del laberinto, cultura e ideología en el espacio nacional mexicano*, Joaquín Mortiz, Planeta, México, 1995.

³⁰ Otras definiciones de cultura política desde el punto de vista antropológico: "...definimos la cultura política de una nación como un "lenguaje" de comportamiento compuesto por la gramática (la langue) o "conjunto de categorías y reglas que representa la continuidad de la cultura" y el habla (la parole), que es "su comportamiento lingüístico por naturaleza variable". Así definida, la cultura política es una función de: 1) la estructura de redes sociales en su relación con el poder y, 2) el sistema simbólico (integrado por elementos como el discurso, los rituales políticos, el lenguaje, la arquitectura, los mitos, los emblemas, el uso de tiempos y espacios, etc.) que legitima y retroalimenta esta estructura y que a menudo es el sustento de la ideología nacionalista..." Adler-Lomnitz, et.al., *Simbolismo y ritual en la política mexicana*, Siglo XXI editores, UNAM, México, 2004, p. 26. "Concebida como forma histórica y sistemática de tramitar los intercambios materiales, simbólicos y prácticos entre los diversos grupos y colectividades que habitan un territorio y un tiempo común, en su existencia real, e incluso virtual... está definida por las formas diversas de participación de los colectivos humanos en la construcción de un proyecto de sociedad..." Cassigolli, Salamón, Rossana, "Ciudadanía cultural para la democracia", documento presentado en la clase de Estudios de la cultura y diversidad latinoamericana, de la maestría en Estudios Latinoamericanos, UNAM, mayo de 2005.

caracterizadas como relaciones desiguales que propician el paternalismo. “Las relaciones patrón-cliente son una forma de reciprocidad en la cual los beneficios para los subordinados, se negocian a cambio de lealtad y poder. En estas relaciones los recursos que el patrón distribuye son empleo, protección, servicios públicos o padrinazgo burocrático, mientras que recibe de sus clientes trabajo y adhesión.”³¹

La metodología empleada por la ciencia antropológica para explicar los fenómenos culturales y por tanto, los políticos y sociales, se ubica en los estudios de caso en los cuales se observan rituales, símbolos, signos, lenguaje, que definen las características particulares de los objetos estudiados. En este marco, la política y el poder son vistos como elementos componentes de un Estado, donde las relaciones sociales son de dominación, imposición y desigualdad. Las sociedades de Estado propician esta dominación, a diferencia de las sociedades primitivas en las cuales “el poder no está separado de la sociedad.”³²

De acuerdo a Pierre Clastres, el conocimiento sobre la política y el poder se logra a partir de la identificación de dos tipos de sociedades: las primitivas y las sociedades con Estado. En las primeras, la esfera política y la esfera social no están separadas, ya que el poder no está consagrado a un grupo específico que domina sobre la sociedad restante que obedece, como lo plantea el pensamiento liberal clásico. Por el contrario, en las sociedades primitivas “el líder primitivo no toma jamás la decisión de su propio jefe (si se quiere) para imponerla seguidamente a la comunidad...Todas las transacciones o negociaciones eventuales son públicas, la intención de hacer la guerra no se proclama hasta que la

³¹ Adler-Lomnitz, Larissa, op.cit., p. 27.

³² Clastres, Pierre, *Investigaciones en antropología política*, Editorial Gedisa, México, 2001, p. 112.

comunidad así lo quiere.”³³ La democracia directa se percibe más claramente en este tipo de sociedades, que en las conformadas dentro de un cuerpo político organizado: el Estado.

Desde el ámbito de la sociología y la ciencia política, el estudio de la cultura política inicia en los Estados Unidos, con la investigación de Gabriel Almond y Sydney Verba, cuyas aportaciones se dirigen al establecimiento del concepto y tipología a partir de la descripción de orientaciones interiorizadas por lo individuos respecto a ciertos objetos como actores, procesos e instituciones. Propuesta teórica basada en encuestas llevadas a cabo en cinco naciones con características diferentes y que les proporcionaron elementos para concluir en el concepto y tipología de la cultura política.³⁴

En nuestro país, es en la década de los setenta, que los estudios sociales (la Sociología y Ciencia Política) se dirigen hacia la cultura política debido a dos factores fundamentales:

“El primero de dichos factores está sin duda ligado con la llamada crisis del marxismo, originada en la quiebra de sus principales tesis explicativas, sobre todo aquellas provenientes de su vertiente ortodoxa y mecanicista: la determinación lineal de las superestructuras político-ideológicas por la infraestructura económica; la definición de la ideología como falsa conciencia y la visualización de la subjetividad en términos de conciencia de clase; la caracterización del Estado como instrumento al servicio de la clase dominante; la distinción tajante entre democracia sustancial y democracia formal o burguesa, y la visión del cambio social como resultado de la contradicción entre las fuerzas productivas y las relaciones sociales de producción...El segundo factor que es necesario tomar en cuenta es el de la emergencia de una pluralidad social y política, que alentó la investigación acerca de las causas y las motivaciones que estaban en el fondo de formas inéditas de expresión y participación. El surgimiento de nuevos partidos, las transformaciones internas de los ya existentes, las distintas fases de la reforma electoral con sus profundos efectos en la forma de entender y practicar las política por este tipo de organizaciones, la proliferación de movimientos reivindicativos, el papel más vigoroso de la opinión pública, la actitud cada vez más activa y militante de los grupos empresariales y

³³ Ibid., p. 113.

³⁴ Almond y Verba, op.cit.

del clero, etc. Fueron elementos que obligaron a una evaluación mucho más matizada de las identidades políticas configuradas en esta etapa de la vida nacional.”³⁵

A partir de estos dos factores, el interés por estudiar la cultura política aumenta abordándose diversos aspectos entorno a ella como es el caso de la teoría, el concepto y los elementos que la componen en el ámbito nacional, así como su relación y realización en diversos actores políticos como los medios de comunicación, instituciones políticas, partidos políticos, sectores sociales, entre otros, predominando los estudios de cultura política en relación a los procesos electorales. Cabe señalar que a partir de los cambios que se perciben en los mexicanos en la esfera política, como en el proceso electoral de 1988, la alternancia política en el ámbito de gobierno estatal y local, así como el surgimiento de organizaciones sociales, se concluye que existe una nueva cultura política nacional. Así lo manifiesta Roberto Gutiérrez: “Al calor sobre todo de los resultados electores de 1988, no pocos analistas se apresuraron, sin embargo, a afirmar el nacimiento de una “nueva cultura política” portadora de valores radicalmente distintos a los que la habrían distinguido en años anteriores y que le darían un sesgo radicalmente antisistémico.”³⁶

Asimismo, su estudio es comprendido a partir de la identificación de tres corrientes: la marxista, la antropológica y la funcionalista, cuyas características se conocen a través de diversos exponentes en cada una de las corrientes de cultura política. Por ejemplo de la corriente marxista, Antonio Gramsci, Theodor Adorno, Max Horkheimer y Jurgen Habermas hacen aportaciones desde una postura crítica hacia el Estado y el sistema económico capitalista que transforma la cultura de los pueblos. En relación a la corriente

³⁵ Gutiérrez, Roberto, “La cultura política en México: teoría y análisis desde la sociología”, Krotz, Esteban (coordinador), *El estudio de la cultura política en México (perspectivas disciplinarias y actores políticos)*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Centro de Investigaciones y Estudios superiores en antropología Social, México, 1996, pp. 47-48.

³⁶ Ibid. p. 57

antropológica, un autor clave para comprender las relaciones culturales en general que sirven de referencia para entenderla en el espacio político es Clifford Geertz y, de la corriente funcionalista se identifica a Gabriel Almond y Sydney Verba junto a Ronald Inglehart, cuyas propuestas han sido abordadas en este capítulo.³⁷

De estas corrientes, destaca la antropológica, con la propuesta de Clifford Gertz, consistente en el establecimiento del estudio de la cultura entendida como sistema simbólico y como un concepto semiótico, al creer (siguiendo a Max Weber) “que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido...la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones...”³⁸

El entendimiento sobre cultura desde esta perspectiva, necesita complementarse con lo que John Thompson identifica como contextos sociales estructurados en el que se desarrollan relaciones de poder, de conflicto, de desigualdad que son determinantes y condicionantes para la producción cultural. “En este sentido, los fenómenos culturales pueden considerarse como formas simbólicas en contextos estructurados; y el análisis cultural puede concebirse como el estudio de la constitución significativa y la contextualización de las formas simbólicas.”³⁹ En el campo de la comunicación política, definida “como el conjunto de los mensajes que circulan en el interior de un sistema político y que condicionan su entera actividad, desde la formación de

³⁷ Estos autores y corrientes se proponen y analizan en Hernández, García, María Aidé, *El papel de la cultura política en la transición mexicana*, Tesis de Maestría en Ciencia Política, UNAM, México, 2003, p.p. 38-98.

³⁸ Geertz, Clifford, *La interpretación de las culturas*, Editorial Gedisa, España, 6ª reimpresión, 1995, p. 20

³⁹ Thompson, John, *Ideología y cultura moderna: teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, División de Ciencias Sociales y Humanidades, 2ª edición, México, 1998. p. XXIV

las demandas hasta los procesos de conversación a las respuestas del propio sistema...”⁴⁰
existen tres modelos identificables: el modelo del marketing político, el modelo difusivo de la información política y, el modelo de la comunicación política como “tematización”.⁴¹
Para fines de esta investigación, el modelo difusivo de la información política es determinante, porque “redimensiona notablemente el peso de los mass-media en la comunicación política y reafirma...la importancia de estrategias comunicativas más complejas y participadas con objeto no tanto de conseguir el mayor número de votos, sino de *eleva los niveles informativos-cognoscitivos de los ciudadanos-electorales* y por tanto de aumentar la funcionalidad del partido político...”⁴²

A partir de lo expuesto a lo largo de este capítulo, se concluye que es necesario que la cultura política se caracterice por alcanzar un nivel democrático cuyos principios fundamentales son la igualdad y la libertad. Contar con una cultura política democrática implica que de forma mayoritaria los ciudadanos estén involucrados en los asuntos políticos y por tanto públicos. Estar involucrados significa tener información y conocimientos sobre la cosa pública o por los problemas que son comunes a todos.

Pero también la cultura política democrática implica que los valores, actitudes y costumbres de los ciudadanos estén regidos por principios e ideas propiamente

⁴⁰ Bobbio, Norberto, *Diccionario de Política*, Siglo XXI Editores, Volumen I, 12 edición, México, 1998, p. 264

⁴¹ “*El modelo del marketing político* (considera a) la comunicación política como un conjunto de técnicas expresivas y de estrategias psicológicas tendentes a imponer en el mercado político un personaje (candidate-orientes) o un tema (issue-oriented), a través de la confección de una imagen massmediatizada, ni más ni menos que como se hace con el producto de consumo en la publicidad...(por otra parte), *el modelo de la comunicación política como tematización...* (consiste en) que la función de la comunicación política es simplemente la de reducir la complejidad social a través de la tematización, es decir, la evidenciación de temas...”Grossi, Giorgio, “La comunicación política moderna: entre partidos de masa y “mass-media” en *Sociología de la comunicación de masas*, Tomo IV, Nuevos problemas y transformación tecnológica, Gustavo Gilli, México, 1985, p. 155-159.

⁴² *Ibid.*, p. 159

democráticos como la tolerancia, el respeto, la pluralidad o la diversidad. Este tipo de cultura política debe prevalecer en cada ciudadano y por tanto en las diversas instituciones sociales y políticas que existen en el Estado y por supuesto en las normas y las leyes que la rigen. Anhelar la cultura política democrática no debe ser una utopía, debe ser una forma de vida que facilite a la sociedad desarrollarse en todos los ámbitos y sea posible la consolidación de sus derechos universales, como los derechos económicos, sociales, culturales y los políticos.

TELEVISIÓN ABIERTA Y CULTURA POLÍTICA EN MÉXICO

Como se ha establecido en los capítulos anteriores, la presencia de los medios de comunicación de masas en las sociedades actuales representan un significado importante en el desenvolvimiento de la vida social, política y cultural, que debe tomarse en cuenta, y por tanto es obligatorio establecer un análisis crítico en torno a ella, en lo referente a su actuación en la vida social. En este sentido, los medios de comunicación y en especial la televisión, por ser el medio más utilizado por los mexicanos para informarse¹, debieran ser reestructurados, a partir del nexo que estos tienen con la vida política y pública desarrollada en cada uno de los Estados nación, tanto en su vida interna como en sus relaciones exteriores. Para ser más exactos, la reestructuración de las condiciones actuales de los medios es necesaria por la relación inevitable que existe entre los medios y la política.

¹ De acuerdo a la encuesta realizada por el Instituto Federal Electoral y el Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México publica en diciembre de 2000, que arrojó los siguientes datos: el medio que utilizan los mexicanos para informarse sobre política es la televisión (74%), seguida por la radio (14%) y, finalmente, la prensa (11%). Oliva, Posadas, Javier, “El riesgo del abstencionismo”, en *La Jornada*, 16 de junio de 2003, p.21

Asimismo, la Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales, realizada por la Unidad de Estudios de Opinión del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, por encargo de CONACULTA, publicado en el 2004, establece en relación a la exposición de Medios audiovisuales, que el 95.5% de los entrevistados de 15 años o más manifiesta que acostumbra ver televisión, lo que muestra que este medio de comunicación es el de mayor penetración; casi la mitad de la población (48.9%) ve televisión de dos a menos de cuatro horas diarias, alrededor de uno de cada cuatro (26.8%) lo hace más de cuatro horas y uno de cada cinco (19.8%) menos de dos horas diarias; aproximadamente dos terceras partes de quienes encienden la televisión (68.7%) lo hacen específicamente para ver un programa que les gusta, 28.4% lo hace para ver que están pasando y 2.9% para no sentirse solo. *Los noticieros encabezan las preferencias de quienes ven televisión, con 49.5%* seguidos de las telenovelas con 39.2%, las películas mexicanas con 24.4%, los deportes con 24.3% y las películas extranjeras con 22.5%; aproximadamente una de cada cuatro personas (24.9%) manifiesta ver algún canal cultural; los motivos expresados por quienes no ven canales culturales tienen que ver con la falta de información (36.0% no los conoce o no sabe cuáles y 18.9% no conoce su programación), con la falta de interés (17.9% no le interesa su programación y 10.7% piensa que son aburridos) y con la dificultad de acceso (15.4% no los capta en su localidad); sólo aproximadamente uno de cada 20 entrevistados no está en contacto con este medio de comunicación. <http://biblioteca.itesm.mx/wiki/doku.php?>

Por lo tanto, es imprescindible comprender la actuación de la televisión abierta en nuestro país frente al desarrollo político, que incluye el comportamiento, los valores, costumbres y conocimientos de las instituciones, los procesos y los actores como los ciudadanos, los representantes populares o funcionarios públicos y líderes de partidos políticos, entre otros. Es decir, es importante conocer el papel de la televisión abierta mexicana frente a la cultura política nacional. Sobre todo porque la actuación de la televisión, como ocurre con los otros medios, trasciende en el espacio público entendido como “...una entidad que es tanto geográfica como simbólica y dentro de la cual se produce la comunicación política... en donde los discursos se expresan públicamente...y se pueden abordar todo tipo de temas considerados de interés público...”²

El papel de los medios es primordial en un contexto donde el discurso político se basa en los ideales y prácticas democráticas fundadas en los principios de la pluralidad, la tolerancia a la diversidad, el respeto que debe existir en la vida familiar y en la forma de gobierno, es decir, en el ámbito estatal. Como expresa Giovanni Sartori, la prensa, la radio, la televisión y el internet deben ser democráticos en el sentido de que deben informar adecuadamente a los ciudadanos sobre los asuntos políticos y públicos, y de esta forma contribuir al fortalecimiento del Estado democrático.³

En el caso de la televisión mexicana, específicamente la televisión abierta que comprende la modalidad privada, comercial, pública o estatal, así como cultural, ha desarrollado funciones dirigidas al entretenimiento, a la aceleración del consumo y en menor medida a cuestiones culturales e informativas. Asimismo, su comportamiento frente a

² Toussaint, Florence, “Espacio público, medios de comunicación y democracia” en Menéndez, Marcín, Ana María, (Coordinadora), *Comunicación Política*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2004, p. 22.

³ Sartori, Giovanni, *Videopolítica. Medios, información y democracia de sondeo*, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Fondo de Cultura Económica, México, 2003.

conflictos sociales y políticos coyunturales o históricos se caracteriza de una total indiferencia al no percibirse o entenderse como medio al servicio de la sociedad. Esto se demuestra de manera precisa al comparar el número de programas producidos que se dirigen al entretenimiento como los deportivos, las telenovelas, las series, las películas, los dibujos animados, de espectáculos, entre otros, con los programas que transmiten cultura y educación, que difunden expresiones artísticas y humanísticas de alta calidad y de divulgación científica o los informativos que se reducen principalmente a los programas noticiosos que resultan más desinformadores que informadores.

Es decir, se perciben dos problemas principales en la televisión abierta en México en relación con la cultura política. El primero es de tipo cuantitativo, que consiste en el espacio destinado a la información y a la educación que fortalecería la cultura política de los mexicanos y que es mínima en comparación con otros programas destinados a divertir a la población. En segundo lugar, el otro problema que se percibe es de tipo cualitativo, que se refleja en el contenido de los programas informativos como los noticiarios, entre otros, que últimamente abundan en la televisión abierta, que en conjunto son clasificados como programas de debate, de análisis, de entrevistas, documentales o de revista. En el caso de los programas de noticias, indica Sartori, no contribuyen a un *demos* más informado, sino todo lo contrario, se confunde al auditorio al reducir la noticia en imágenes. Más adelante se describirán las características de este tipo de programas.

En este sentido, una de las preocupaciones centrales de diversos investigadores como Giovanni Sartori, Alberto Melucci, Jean Mouchon y Pierre Bourdieu, se destinan al tema de la información. En principio, todos ellos manifiestan que estamos viviendo en la era de la información que va acompañada o que legitima al proceso de globalización que transforma la vida social. Alberto Melucci es muy claro al establecer que:

“...la información se está convirtiendo en el recurso principal, acentuando así el lado reflexivo, artificial, construido, de la vida social...La mayor parte de las actividades triviales de la vida diaria están ahora especificadas y dependen del impacto de las transformaciones en la esfera de la información. Las nuevas tecnologías incorporan cantidades crecientes de información y contribuyen, a su vez, a la expansión masiva de la producción de información. Aquí también ocurre un proceso en espiral que parece multiplicar la reflexividad de la acción social.”⁴

Esto significa que a partir de la información proporcionada por los medios, en especial por la televisión, los individuos conocen el mundo, su localidad y hasta de sí mismos. A partir de que se ven envueltos continuamente con informaciones de todo tipo, transforman la construcción de su propia realidad, entendiendo por ello, que esta se conoce a partir de la información que se proporciona en los medios de comunicación masivos. Otra idea central que proporciona Melucci, es la relativa a la monopolización de quienes procesan la información, excluyendo a las mayorías y obstaculizando la posibilidad de que se acceda y se decida qué informar, y en este marco la posible autonomización e inclusión de todos los individuos en la creación de la información.

“Si la información es el recurso del que dependemos para producir, intercambiar y comunicar, esta noción de la información como recurso asume la existencia de centros para emitirla y recibirla. Estos centros deben ser relativamente autónomos, capaces de percibir y decodificar, desarrollar códigos y lenguajes, etcétera...Para que la información sea un recurso, esos componentes del sistema representados por individuos con su cerebro, sus motivaciones, sentimientos y emociones, deben ser auto-sustentables, auto-dirigidos, por así decirlo...Los recursos deben ser distribuidos entre individuos, de tal modo que éstos puedan verse a sí mismos como centros independientes capaces de conocer, tomar decisiones, aspirar al poder, etcétera...”⁵

⁴ Melucci, Alberto, “Esfera pública y democracia en la era de la información”, en *Metapolítica*, Volumen 3, México, 1999, p. 58.

⁵ Ibid. p. 62

Entonces, se percibe claramente que la información proporcionada en la televisión, así como en los otros medios, necesita un tratamiento diferente que debe ser acompañada no sólo por imágenes sino también por argumentos o explicaciones que hagan posible un entendimiento coherente sobre los asuntos políticos y públicos, debido a la importancia social que representa, ya que se conoce al mundo a través de ella.

En el ámbito televisivo, la información es presentada en imágenes, acompañada en menor medida por palabras y por tanto de explicaciones. En este marco, es utilizada como un producto de consumo y no como un instrumento transmisor de cultura y educación de expresiones artísticas y humanísticas y de divulgación científica. Es decir, la información televisiva no es empleada como herramienta para orientarse y conocer la vida política y pública o los intereses comunes. Todo lo contrario, es presentada como espectáculo, ya que lo que exhibe son notas irrelevantes o superficiales completas de cuestiones grotescas y amarillistas. Mouchon señala que:

“Potencialmente el hombre contemporáneo dispone de numerosos medios para informarse. El periódico, la radio y la televisión están al alcance de todos para proponerles su enfoque complementario de la realidad... (y de manera particular) la televisión, ya encendida en los hogares en el momento del rito del noticiario, se impone entonces como el principal vector de información de las sociedades desarrolladas. De manera que para la mayoría de los individuos, la información sobre el mundo llega a través de la imagen.”⁶

Es necesario y urgente cambiar la estructura de lo presentado diariamente y por tanto el procesamiento de la información televisiva que se encuentra sometida a la lógica del mercado y a los intereses particulares de los grupos económicos y políticos de quienes la

⁶ Mouchon, Jean, *Política y medios. Los poderes bajo la influencia*, Editorial Gedisa, España, 1998, p. 29

controlan además de los que comercian sus productos, aquellas empresas nacionales y trasnacionales.

Como bien explica Sartori, otra problemática que se desprende de la información televisiva, es el hecho de que no existe, sino esta presentada en imágenes. En comparación con otros medios como la radio o la prensa, la imagen no sirve en la función informativa, por tal motivo, los hechos se cubren de manera más amplia, ya que se utiliza el discurso, es decir, la palabra. En el caso de la televisión, cuando una noticia no está acompañada por la imagen, no es noticia.

En este marco, considerando que en la actualidad, la sociedad y por tanto el hombre se desenvuelven en la llamada posmodernidad, etapa en la cual, en el ámbito comunicativo y de los medios, la imagen esta desplazando a la palabra, y se demandan más imágenes que expresen lo que ocurre en el mundo, como expresa Mouchon, esta situación provoca que se trivialice y se saturen los hechos presentados y que por tanto se anule la sensibilidad y se apruebe la violencia transmitida en la imágenes:

“la acumulación de imágenes de horror o su repetición día tras día puede llegar a trivializar lo inaceptable. La costumbre de ver escenas de guerra termina por embotar la sensación de absurdo que cabe esperar. La imagen espejo termina por debilitarse en el fondo de las preocupaciones más inmediatas y cotidianas. La emoción que no desemboca en algún acto concreto se convierte en una emoción estéril... su desarrollo ininterrumpido puede hacer vibrar de emoción, pero ciertamente anestesia la razón...”⁷

Finalmente, cabe recordar nuevamente que la televisión así como la imagen son empleados de manera irresponsable para satisfacer la lógica del mercado, que no se reduce al comercio de bienes materiales, sino también al mercadeo político. Este consiste en la

⁷ Ibid., pp. 30, 31

utilización de la televisión y por tanto de la imagen con fines propagandísticos, principalmente en momentos electorales, para resaltar la presencia de los diversos candidatos políticos que aspiran a obtener un puesto público. Presencia que a través de la imagen televisiva, se reduce a conocer la apariencia física y no los proyectos, ideas, intenciones y cultura de los propios aspirantes al gobierno.⁸

Por otra parte, de acuerdo a Sartori, la información proyectada en imágenes conduce a tres aspectos que definen el papel de la televisión como informador: La omisión, la desinformación y la subinformación.⁹ La omisión informativa consiste en excluir una cantidad considerable de acontecimientos que no son relevantes o no les interesa transmitir a quienes intervienen en el proceso noticioso. Asimismo, esta característica se presenta en la cobertura que se hace de los pocos hechos o acontecimientos, cobertura que se reduce sólo a la explicación a partir de la presentación de imágenes, sin palabras ni argumentos que describan la situación de la problemática social que se está viviendo. En este aspecto, la desventaja de la televisión frente a los periódicos es enorme.

En lo relativo a la desinformación, está se caracteriza por transmitir información equivocada debido a que se construye e interpreta por profesionistas de la comunicación que intervienen en el proceso noticioso, así como por los intereses políticos y económicos que permean en las empresas que controlan a la televisión, que provocan que la labor periodística sea limitada intencionalmente para no afectar el statu quo de los propios dueños de este medio de comunicación.

⁸Trejo, Delarbre, Raúl, *Mediocracia sin mediciones. Prensa, televisión y elecciones*, Ediciones Cal y Arena, México, 2001.

⁹ Sartori, op.cit., pp. 48-53.

La subinformación está ligada a la desinformación, que consiste en lo que Sartori denomina “informar poco”. Esto se presenta en el medio televisivo por la atadura que tiene al ámbito del mercado que se refleja en el tiempo que es restringido a la cuestión informativa presentada en los programas noticiosos que tradicionalmente dedican de uno o dos minutos a cada noticia.

Las características de la información televisiva es una muestra que comprueba la calidad que tiene este medio en la labor informativa que le corresponde ejercer y que desarrolla apoyada en la imagen de la pantalla que ahora con mayor fuerza es empleada por los individuos para enterarse de la cosa pública. Realmente al auditorio no le interesa tener por lo menos nociones mínimas de los asuntos públicos, todo lo contrario, esperan mirar en la televisión asuntos banales constituidos por noticias amarillistas y chismes de artistas de revista. Es decir, ni los emisores, ni los receptores están preocupados y ocupados porque la televisión funcione como un medio que transmita información productiva que colabore en la construcción de un verdadero ciudadano y por tanto de una nación democrática. Entonces la crisis funcional, no solo es asunto de quienes controlan a la televisión sino también de quienes la ven.

Históricamente la televisión abierta en México ha funcionado de manera parcial frente a los asuntos y problemas políticos y sociales ocurridos en el país. Desde su surgimiento, ésta modalidad televisiva se constituyó guiada por fines comerciales y básicamente privados, quedando relegado el Estado mexicano en la participación real de control de algunos canales de televisión. Un ejemplo de esto fue que los primeros canales de transmisión eran controlados por empresas privadas cuyos fines principales se dirigían al lucro y maximización financiera y comercial, decayéndose la posibilidad de que el medio televisivo optara por la realización de

funciones sociales a partir de la transmisión de programas culturales y educativos que abarcaran todo tipo de temas de interés social.

Prácticamente esta situación se vive en toda la historia de la televisión abierta en México, agudizándose en la actualidad, a partir de la exacerbación del mercado, es decir, del cambio del modelo económico que en nuestros días se identifica como neoliberalismo. Así lo expresan diversos autores como Javier Esteineu Madrid, Jesús Martín-Barbero y Delia Covi Druetta, entre otros. Frente al modelo neoliberal actual, los Estados que intervienen en esta dinámica económica sufren transformaciones en la vida política y social y por lo tanto en la esfera cultural y comunicacional, reflejados en los valores, costumbres e ideales de los pueblos.

“...estamos por iniciar a través de las industrias culturales, y en particular de la televisión, una nueva fase de inversión de valores nacionales mediante la circulación de nuevas ideologías para apuntalar la distribución desregulada de mercancías que exige el moderno programa de crecimiento neoliberal que ha elegido seguir el sector cúpula del estado mexicano para las próximas décadas...la moderna subjetividad que producirán los medios electrónicos en el futuro estará caracterizada, en parte, por fomentar el individualismo por sobre las relaciones solidarias, acentuar la competitividad por sobre el trabajo compartido, el canibalismo salvaje por sobre la fraternidad; la marcada admiración por lo extranjero que por lo nacional; el interés por la no planificación colectiva sino por la altamente privatizada; la lucha por la libertad y felicidad aislada y no por la grupal...”¹⁰

Bajo las condiciones económicas actuales, en la televisión mexicana preexiste y aumenta la tendencia a reducir los espacios para la función informadora y la posibilidad de educar a través de este medio, abriendo los espacios hacia lo comercial, beneficiando a los anunciantes quienes finalmente deciden que programación es la que debe presentar la televisión cuya permanencia depende del nivel de audiencia que obtenga cada programa realizado. En este sentido, asuntos como la contaminación ambiental, la corrupción en las instituciones políticas, el nivel educativo, las consecuencias de la economía actual que afectan

¹⁰ Esteinou, Madrid, Javier, “Los medios de comunicación electrónicos, la democracia y la formación de una nueva cultura nacional”, en *Comunicación y Democracia*, CONEICC, México, 1992, p. 42

a las mayorías: como el desempleo, falta de vivienda, educación y alimentación, temas poco tratados que son sustituidos por anuncios comerciales y propaganda política. En este sentido, la televisión actual es abiertamente más comercial, menos cultural y educativa.

Frente a esta situación que afronta el sistema comunicativo en el ámbito masivo, es importante establecer lo que Javier Esteinou Madrid denomina como: “Nueva política de Cultura y Comunicación Social para la Sobrevivencia Nacional” que debe lograrse a partir de las acciones que los Estados, es decir, gobierno y sociedad civil realicen consistente en: rescatar su función rectora en el campo de la comunicación frente a la dinámica salvaje que han alcanzado las fuerzas del mercado para construir un nuevo proyecto de información nacional basado en la participación de las comunidades; replantear el pacto social de comunicación existente entre el Estado, los medios de información y la sociedad para orientarlo hacia un nuevo pacto tripartita de participación ciudadana que equilibre el actual funcionamiento desigual; crear un marco normativo más democrático y justo en el funcionamiento de los procesos de comunicación social, a partir del equilibrio de poderes; elevar a rango constitucional el acceso a la información como un bien y un derecho público al cual han de acceder y ejercer todos los ciudadanos; actualizar el contexto jurídico de las leyes sobre comunicación social y adaptarlas a los desafíos del siglo XXI. Para superar la profunda crisis de valores se requiere ejecutar, vía los medios de comunicación, una profunda reforma ético-moral que rescate los principales principios que nos permiten vivir en comunidades y que cree las bases de conciencia para que los ciudadanos puedan desarrollarse material, cultural y espiritualmente; garantizar el derecho de replica en todos los medios de comunicación como garantía constitucional elemental; discutir los criterios de renovación y supervisión de las concesiones de radio y televisión para los próximos años; crear la figura del Ombudsman de la comunicación, para analizar imparcialmente los conflictos de intereses que

se dan en éstos terrenos; promover la creación de órganos plurales de participación de la sociedad civil en la vigilancia de la normatividad relacionada con el funcionamiento global de los medios de comunicación.¹¹

De estas propuestas, destacan principalmente, los referidos a los cambios necesarios en los medios masivos de comunicación impulsados de forma conjunta por la sociedad civil y política, es decir, por el gobierno y por los ciudadanos que deben exigir dichas transformaciones a partir de procedimientos jurídicos respaldados por hechos concretos y veraces que demuestren la destrucción de valores, costumbres y tradiciones que refuerzan los medios como la televisión, y que a su vez justifican el cambio necesario.

Es decir, las transformaciones estructurales en el ámbito económico vislumbradas desde la década de los ochenta en nuestro país y en el mundo¹² trae consigo implicaciones en otras esferas de vida , tanto en las instituciones políticas y sociales como en los individuos, contexto en el cual el proceso de la comunicación masiva se ha visto trastocado. Así lo manifiesta Javier Esteinou Madrid:

¹¹ Esteinou, Madrid, Javier, “Siglo XXI, Leyes del Mercado y nuevo proyecto de comunicación en América Latina” en la Revista Electrónica Razón y Palabra, www.razonypalabra.com.mx

¹² Dichas transformaciones económicas neoliberales que se vislumbran y que repercuten en la vida estatal son: *La liberalización de las importaciones*: implica la apertura e intercambio comercial, la reducción de aranceles, firma de tratados económicos con otros países; *La liberalización del sistema financiero nacional*: implica la liberalización de las tasas de interés fijadas por el mercado, la rebaja de las reservas obligatorias, la limitación o terminación del crédito dirigido y la privatización o cierre de los bancos estatales; *La apertura de la cuenta de capital de la balanza de pagos*: Eliminación de los controles cambiarios regulados por el gobierno y el fin de las restricciones a la inversión extranjera directa y otros tipos de flujo de fondos; *La privatización*: Venta de empresas públicas al sector privado nacional o extranjero, debido a que dichas empresas generaban más deuda que activos; *La reforma tributaria*: Creación de impuestos como el Impuesto al Valor Agregado (IVA), y reducción de impuestos a las exportaciones; *La reforma laboral*: Procuró reglas más flexibles, al eliminar prácticas como el empleo vitalicio y el alto costo de los despidos; *La reforma de la seguridad social*: Transformó los tradicionales regímenes de pagos con cargos a los ingresos corrientes en planes privados de “capitalización”; *Descentralización*: Desplazó ingresos y responsabilidades desde el gobierno central hasta los gobiernos locales. Stallings B. Y Peres Wilson, *Crecimiento, Empleo y Equidad*, FCE-CEPAL, México, 2004.

“El proceso de transformación moderna que ha experimentado América Latina desde la década de los ochentas a la fecha con la aplicación de las leyes de mercado en todos los ámbitos de la vida, ha producido profundos cambios en las estructuras económicas, políticas, sociales, agrícolas, tecnológicas, mentales, legales, etc., de nuestra región... Dichas modificaciones han repercutido fuertemente sobre las estructuras culturales, informativas y espirituales de nuestra región...”¹³

De acuerdo a dicho autor, a partir de la nueva dinámica económica que trasciende en la cultura y la información colectiva apoyada principalmente de los medios electrónicos, se identifican algunas transformaciones estructurales en las sociedades. De manera enunciativa, dichas transformaciones son: El retiro del Estado como rector de la cultura y comunicación nacionales; la aplicación de la política del “laissez faire informativo”; el debilitamiento del modelo de medios de comunicación de servicio público; la desregulación y autorregulación creciente de las comunicaciones; el diseño de la comunicación social desde la dinámica de la reproducción del capital; el mercado como marco axiológico de valoración de la vida; la cultura determinada por el mercado; la cancelación de la cultura humanista; el acrecentamiento de los conflictos culturales; el reforzamiento del modelo de comunicación-mercado que implica que la comunicación actúe como aceleradora del capital y como mercancía, permitiendo la obtención de la ganancia a corto plazo, así como su recuperación en términos monetarios; el uso de ideologías modernizadoras para abrir las fronteras culturales; el surgimiento de la video-vida; la anarquía cultural; la presencia del malthusianismo cultural; la transformación de los valores; surgimiento del neoconsumo nacional; la sobrevivencia de las ideologías del mercado; la producción de la cultura chatarra; la comunicación salvaje; la

¹³ Esteinou, op.cit., “Siglo XXI, Leyes del Mercado y nuevo proyecto de...”

cultura idiota; dificultades para construir las culturas de la sobrevivencia; la crisis ético-moral; el debilitamiento cultural de Estados latinoamericanos.¹⁴

Las problemáticas culturales que se desarrollan en la actualidad, se alimentan en gran parte de lo que transmiten los medios de comunicación de masas, especialmente los medios electrónicos, que guiados por las políticas de mercado, hacen posible que la dinámica de los Estados cambie de manera constante en diferentes esferas como en los procesos sociales y políticos, a partir de que los actores e instituciones políticas, o mejor dicho la clase política hacen uso de ellos en el desarrollo de la vida política que, como manifiesta Joachim Hirsch se ha convertido en mero espectáculo, a partir de que los líderes y candidatos de los diversos partidos en su afán de posicionarse y obtener un lugar o puesto político y por tanto continuar viviendo de la política y no para la política, reducen su accionar y sus proyectos en los medios masivos de comunicación:

“...los partidos dejaron de ser instancias de consideración y mediación de intereses materiales para convertirse en máquinas propagandísticas, oligóplicas, rivalizando en condiciones limitadas de competitividad y operando preferentemente a través de los medios... (es decir), la creciente importancia de la comunicación electrónica incide significativamente en el carácter de los partidos, junto al surgimiento de una industria mediática privada, altamente monopolizada, organizada además en redes globales...”¹⁵

Frente a este marco, es urgente reflexionar sobre el papel de los medios electrónicos que incuestionablemente afectan y trastocan la vida cultural, social y política de los Estados que en el contexto de la globalización desarrollada principalmente en el ámbito económico, ideológicamente se discute su desaparición a partir de las interrelaciones de las empresas

¹⁴ Ibidem.

¹⁵ Hirsch, Joachim, *El Estado Nacional de Competencia, Estado, democracia y política en el capitalismo global*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2001, p.p. 185, 187.

multinacionales principalmente estadounidenses en todo el mundo, y que como se ha descrito anteriormente está dinámica entre industrias o empresas y no entre Estados nación, repercuten en la cultura de los pueblos que inevitablemente está ligada a la comunicación masiva.

Dicho papel debe guiarse por normas morales y éticas que conlleven a la responsabilidad social que deben tener los medios, a partir de que su difusión y utilización es masiva. Esto implica que todos los que están involucrados, como el gobierno, los empresarios que tienen las concesiones, los administradores así como los periodistas y la ciudadanía en general se preocupen por exigir que se cumpla, y para ello debiera considerarse en la legislación y por tanto discutirse en las instituciones representativas como el Congreso de la Unión o los congresos locales, los partidos políticos, y en las organizaciones sociales así como los cuadros académicos que se encargan de investigar esta materia. Es decir, exigir que los medios actúen con responsabilidad social, es responsabilidad de todos los actores sociales y políticos que se relacionan con los medios de comunicación masivos. La responsabilidad colectiva y social traerá consigo una efectiva responsabilidad social en los medios.

En la práctica dicho elemento que originaría un funcionamiento más democrático, resulta ficticio; por lo menos, esto se demuestra al revisar el desarrollo de la televisión mexicana sustentada principalmente en el modelo privado de televisión que predomina por sobre otras formas de televisión abierta como la estatal o cultural. Basta con recordar, como las empresas privadas de televisión actúan frente a acontecimientos importantes a nivel nacional que marcan profundamente la conciencia colectiva, pero que a su vez en ocasiones queda relegada y olvidada por los mexicanos, en parte por la cobertura de los medios hacia estos acontecimientos, quienes fungen como principales informadores. Entonces se asevera que la televisión mexicana "...es un modelo que manifiesta un desequilibrio en las relaciones

televisión-sociedad. Los concesionarios aparecen como los principales responsables de una serie de actitudes negativas consideradas perjudiciales para la sociedad.”¹⁶

Fátima Fernández Christlieb, establece esta hipótesis a partir del análisis que realizó sobre el comportamiento mostrado por las dos principales televisoras privadas del país, Televisa y Televisión Azteca frente al asesinato de un conductor de televisión en el mes de junio de 1999, (acontecimiento amarillista sin importancia social y política) apoyándose en diversas opiniones plasmadas en la prensa de parte de columnistas que escribieron sobre la manera en que la televisión privada en México abordó este hecho. De las opiniones que sintetizó Fernández, todas ellas demuestran descontento sobre el comportamiento y la cobertura de la noticia. Algunas de las opiniones fueron: cada vez más las batallas políticas o sociales se ganan o se pierden en los medios de comunicación; en la cobertura televisiva hubo un tono político, histeria y sensacionalismo para conquistar auditorio; se requiere modernizar el marco jurídico de las concesiones y buscar contrapeso al poder impune e ilimitado de la televisión; Televisión Azteca distorsionó los parámetros de la ética y la responsabilidad; exhibieron una conducta irresponsable, desestabilizadora, facciosa y se pusieron en evidencia como uno de los mayores escollos a la democracia en el país; las televisoras son medios de comunicación sin control democrático, que permiten afirmaciones infundadas contra un gobierno y pueden construir un clima de linchamiento; las televisoras difundieron sus argumentos, ocultando sus intereses, sin esforzarse en sus razonamientos, sin medir la dimensión de sus actos y sin que nadie lo pudiese impedir; hubo de todo: utilización

¹⁶ Fernández, Christlieb, Fátima, *La responsabilidad de los medios de comunicación*, Editorial Paidós, México, 2002, p. 91.

desvergonzada de los recursos público concesionados para fines de política personalizada y partidista, despliegue de machismo empresarial, violación de la norma jurídica.¹⁷

Estas opiniones dejan claro que la actuación de la televisión privada en México está sacudida por intereses políticos y personales o privados de quienes manejan la televisión y se ven beneficiadas por este control. Es decir, se demuestra claramente que no existe el interés social o la preocupación por actuar en beneficio del crecimiento cognoscitivo de los individuos provocando la no contribución en el acrecentamiento de los conocimientos propios de la cultura política, y por tanto que las instituciones y las estructuras sociales y políticas se mantengan contenidas y en un mismo nivel intencionalmente establecido por los grupos de poder políticos y económicos.

De acuerdo a Florence Toussint Alcaráz acontecimientos nacionales de trascendencia política y social relevantes, han sido cubiertos de manera inadecuada por la prensa y los medios electrónicos como la radio y la televisión. Lo ocurrido en 1994 en nuestro país relacionado con el levantamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional, el asesinato del candidato presidencial Luis Donaldo Colosio así como el proceso electoral federal realizado en 1994, constituyen ejemplos importantes del papel inadecuado de los medios, que se caracterizó por ocultar y por tanto desinformar, por un lado, lo que ocurría en el sur del país con el levantamiento del EZLN debido a las necesidades profundas de pobreza y atraso de las comunidades indígenas de este lugar y que no fueron resaltadas en los medios; por otro lado, el asesinato del candidato priista para ocupar la presidencia, el acontecimiento fue presentado de forma amarillista, ya que la preocupación se centro en mostrar imágenes del cuerpo asesinado, sin considerarse las causas que originaron este acontecimiento. Es decir, no existió información periodística objetiva basada en investigaciones que permitieran establecer el

¹⁷ Ibid., p.p. 70-76

motivo del asesinato, para evitar involucrar a los grupos de poder, es decir, a los funcionarios implicados. En relación al proceso electoral de ese año, la situación no fue distinta, ya que se vislumbró una tendencia a favorecer al candidato priista Ernesto Zedillo, en comparación con los otros candidatos que esporádicamente eran considerados principalmente en los noticieros de televisión.¹⁸

La cobertura informativa de estos sucesos nacionales son una muestra de las limitaciones de los medios (principalmente de la televisión) que son intencionadas y que dificultan el crecimiento cultural de los individuos en el ámbito político; dicha limitación intencional es demostrada frente a cada acontecimiento político y social ocurrido en el país, debido a que en el caso de la televisión privada vista como la principal modalidad, esta sujeta a intereses de mercado y de la elite política y empresarial y no a intereses sociales.

En este sentido, a pesar de que se observa mayor equidad cuantitativa en los noticieros de televisión en algunos procesos electorales como los realizados en 1997 y en el año 2000 en comparación con los anteriores, en relación al tiempo destinado a informar sobre los candidatos de cada partido político¹⁹, esto no significa que exista mayor democracia en la

¹⁸ Toussaint, Florence, “Inequidad y democracia: realidad en los medios”, *Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado*, Ediciones La Jornada, UNAM, México, 1995, p. 24-28.

¹⁹ En la campaña electoral de 1988, el Partido Revolucionario Institucional recibió el 91.71% del tiempo en una muestra de la cobertura de los dos principales noticieros de la televisión mexicana. Seis años después, durante la siguiente elección presidencial, los dos noticieros principales de la televisión mexicana habían destinado en promedio, el 32% de sus espacios para información electoral a la campaña del PRI. Para 1997, ese partido recibió sólo el 24.06% del espacio para campañas políticas en el promedio de dichos noticieros. Algo similar sucedió en la prensa escrita. A diferencia del casi 55% del espacio para campañas que recibió el PRI, seis años después tenía el 42%. Para 1997, en un ejercicio sobre la información de seis diarios de la Ciudad de México, se encontró que el espacio para las campañas de ese partido fue apenas el 27%. En la campaña electoral presidencial del año 2000, los dos principales noticieros de televisión, experimentaron un cambio drástico: El casi 92% que de sus espacios para campañas destinaron los noticieros, “24 Horas” de Televisa y “Día a Día” (más tarde “Hechos”) de Televisión Azteca en la campaña presidencial de 1988, contrasta con el descenso al 32% seis años después en la nueva elección presidencial y el 27.3% antes de los comicios federales de 1997. En la campaña del 2000, la alianza encabezada por el Partido Acción Nacional tuvo el primer lugar en la cobertura de esos noticieros con 30.68% de los tiempos de transmisión, el PRI se quedó en segundo término con el 28.12% y la alianza que encabeza el PRD recibió menos del 23% de esos espacios informativos. Trejo, Delarbre, Raúl, *Mediocracia sin mediciones. Prensa, televisión y elecciones*, Ediciones Cal y Arena, México, 2001, p.p. 478-481.

televisión abierta en México, ya que la información presentada a través de este medio es descontextualizada, centralizada y remitida a unos cuantos segundos, sin explicaciones que sustenten la situación en la que se desarrollan los hechos.

Los noticieros de televisión que fungen como los principales informadores, se caracterizan por presentar la noticia informativa de la siguiente manera: de forma general, se presentan en un tiempo mínimo de medio minuto y máximo dos minutos, omitiendo explicar y describir el contexto y la situación histórica del acontecimiento presentándose de manera desordenada, sin una conexión lógica entre cada noticia, es decir las notas informativas abarcan un sinnúmero de acontecimientos particulares de todo tipo, sin que haya una clasificación entre acontecimientos económicos, políticos y sociales nacionales e internacionales. Por otra parte, se presentan noticias que representan relevancia para los que transmiten la información, es decir para aquellos que intervienen en la construcción de la noticia, por lo tanto los hechos noticiosos presentados no representan los acontecimientos más relevantes. Asimismo, en busca del rating, los programas noticiosos se basan en la imagen de sus conductores, provocando que exageren en sus gestos y su voz, así como en sus comentarios, manipulando al auditorio. Finalmente, como indica Sartori, si no hay imagen, no hay noticia, esto implica que se omitan acontecimientos de relevancia social, por el hecho de que no se tiene una imagen grabada o en directo de lo que ocurre, como si la realidad dependiera de lo que se ve, más de lo que se explica con palabras.

En la actualidad, los programas noticiosos, están sujetos más que antes, a los intereses comerciales, debido a que cuentan con una audiencia considerable, sobre todo los transmitidos en la noche. De esta forma, se considera que “al existir una imperiosa necesidad de explotar al máximo los programas de altos niveles de audiencia, se trastoca la información periodística al

presentarla cada vez más fragmentada y descontextualizada”²⁰. Es decir, los noticieros representan para los anunciantes y los empresarios quienes controlan la televisión, ganancias importantes; por tal motivo, como estos programas están sometidos a la lógica del mercado y no a las necesidades sociales de información, se rigen de noticias que son amarillistas y escandalosas, y si no lo son, se construyen de esa manera.

En los últimos años, la televisión abierta en México, además de los programas de noticias, han surgido otros que se catalogan como de análisis político y que aportan a la función informativa. Su presencia, aumenta sobre todo en momentos electorales, sin embargo, algunos de ellos han permanecido en la programación, siempre con la intención de abordar más sobre diversos temas históricos o asuntos coyunturales que necesitan analizarse. Generalmente, dichos programas cuentan con poco rating a comparación de las telenovelas, o los deportivos, esto hace comprender que la mayoría de la ciudadanía no está interesada o tal vez acostumbrada a ver este tipo de programación.²¹

En su conjunto, todos estos programas que buscan contribuir a la formación informativa de la audiencia que utiliza el medio televisivo para informarse, son insuficientes para cubrir esta función televisiva, ya que carece de espacios, recursos e ideas que los fortalezcan y que interesen al espectador. Es difícil creer que dicho medio sirva para educar y en este sentido transmitir cultura, sobre todo debido a que desde sus inicios en el país, fue delegada o entregada a grupos económicos privados, relegando a la sociedad en el control de está, que impide que efectivamente se logre la función informadora y educativa en la televisión. En este marco, la crítica hacia los medios debe continuar, sobre todo por el hecho

²⁰ Gómez, García, Rodrigo, “El Noticiero y Hechos: una radiografía para comprenderlos”, *Universidad de México*, Revista de la Universidad Nacional Autónoma de México, núm. 582-583, México, julio-agosto de 1999, p. 25

²¹ El rating de los programas de análisis político oscila entre el 1.5 y 5.9, mientras que los de dibujos animados, espectáculos, concursos, películas y telenovelas cuentan con un rating de 7.1, hasta 26.7, Baudocco, Gabriel, ¿Por qué la euforia?, *Día Siete*, México, 2002, p. 34.

de que tienen una presencia importante en la sociedad, de tal dimensión , que es considerada como un agente socializador junto con la escuela y la familia. Por tal motivo, debe continuar realizándose estudios relacionados con los medios y la política y en este sentido, debe analizarse el contenido, los efectos sociales, así como las relaciones de poder político y económico que están inmersas en estos medios de comunicación masivos, en especial de la televisión.

¿QUÉ TIPO DE CULTURA POLÍTICA TRANSMITE LA TELEVISIÓN

ABIERTA EN MÉXICO?¹

En los capítulos anteriores la preocupación central se dirige a establecer de manera particular y de forma teórica, cada una de las variables que componen esta investigación. De esta manera, se describe a través de un estudio conceptual e histórico apoyado de material bibliográfico, la consistencia de la cultura política, de los medios de comunicación y en particular de la televisión abierta en América Latina y en México, como caso de estudio. Variables que posteriormente se vinculan en un tercer apartado, a través de la descripción de la televisión abierta y la cultura política en México. Todo esto con el objetivo de resaltar la importancia y la relación entre los medios de comunicación masivos (en particular la televisión abierta) y la política, de la cuál se estudia entre los diversos objetos políticos existentes, a la cultura política.

Pero, ¿como debe entenderse la relación entre la televisión abierta y la cultura política en México? Dicha relación se identifica a partir de la idea de que los medios masivos de comunicación, entre los cuales se encuentra la televisión, funcionan como socializadores de

¹ “Al caracterizar las formas simbólicas como fenómenos significativos que a la vez son producidos y recibidos por individuos situados en contextos específicos, también implicamos que en general las formas simbólicas se transmiten, de una u otra manera, del productor al receptor...(se describe) lo anterior como *la transmisión cultural de las formas simbólicas...*(este proceso comprende tres aspectos). En primer lugar, la transmisión cultural entraña el uso de un medio técnico, o sustrato material, por medio del cual se produce y transmite una forma simbólica...el grado de fijación y reproducción depende de la naturaleza del medio...Un segundo aspecto de la transmisión cultural se relaciona con el aparato institucional en el cual se despliega un medio técnico...Un tercer aspecto atañe a lo que se puede llamar, de acuerdo con autores como Harold Innis y Anthony Giddens, el “distanciamiento espacio-tiempo” que interviene en la transmisión cultural...” Thompson, John, *Ideología y cultura moderna: teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, 2ª edición, México, 1998, p. XXVI

cultura política, junto a otros vehículos o agentes como la familia, la escuela y los grupos de amigos, que hacen posible que los individuos construyan ideas en torno a la cuestión política, es decir sobre los actores, fenómenos y procesos políticos. Pero además de que se construyen ideas, también comportamientos, actitudes y valores que determinan el funcionamiento de las sociedades y desde luego de los diversos Estados.

Referente a la televisión, ésta funciona como vehículo socializador a partir de lo que transmite a las masas o diversos públicos a través de su programación, que como se ha mencionado en los capítulos anteriores, en el caso de la televisión abierta en México, es principalmente de entretenimiento, ligado a lo comercial, relegándose a los contenidos culturales, educativos y de información política.

Por ello la importancia de estudiar a la televisión abierta como socializadora de cultura política en México. Desde luego por el hecho de que en la actualidad, es el medio masivo principalmente empleado por la mayoría de la sociedad mexicana, tanto para entretenerse como para informarse sobre los asuntos políticos y públicos a través de los programas noticiosos, que entre los diversos programas de contenido político, cuentan con un mayor nivel de audiencia, a diferencia de otros tipos como los de entrevistas, de análisis político o de debate.

En este marco, es importante conocer la cultura política que desarrollan tanto los receptores como los emisores de la comunicación. Sin embargo, en este trabajo el objetivo se centra en estudiar a los que emiten la comunicación a las masas o a los diversos públicos que reciben los mensajes. Es decir, se pretende analizar ¿qué tipo de cultura política transmite la televisión abierta en México?, ¿qué tipo de cultura política se desarrolla en la institución mediática televisiva abierta en sus diversas modalidades: privada, pública, comercial o cultural? Todo ello, a partir del estudio de los programas de contenido político que ésta

transmite. Aunque cabe señalar que en otros programas de entretenimiento como los de revista, o las telenovelas, en ocasiones se plasman escuetamente imágenes y discursos sobre la vida política. Pero este tipo de programas no son considerados en esta investigación, sólo aquellos cuyo contenido ésta plenamente identificado con asuntos de la vida política y pública.

METODOLOGÍA

El análisis de estos programas consiste en estudiar el contenido a partir de la identificación del discurso plasmado, así como la estructura y algunos de los mensajes que envían las imágenes, de las cuales se destacarán principalmente las referidas a la imagen de los conductores y personajes invitados o que colaboran en la emisión, así como los tipos de planos, ya sea un primer plano, plano medio o plano general. Para ello se utilizan el método cuantitativo, al analizar el contenido, así como el método cualitativo, al describir los programas y el contexto en el que se desarrollan, el método interpretativo y crítico al analizar el discurso, y de esta forma lograr que la investigación sea metodológicamente plural.

Asimismo, en relación al estudio de la imagen, se recurre a la semiología para entender e interpretar los significados que se muestran a través de ella. Cabe señalar que la semiología es “la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos, señalizaciones, etc...la semiología fue concebida por Ferdinand de Saussure como la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social.”² Por su parte, Umberto Eco “nos propone un método nuevo para la interpretación de los mensajes visuales...desarrolla más ampliamente la semiología que fue prevista por Saussure, al establecer que: el campo específico de la

² Guiraud, Pierre, *La semiología*, Siglo XXI editores, 12 edición, España, 1985, p. 7.

semiótica está compuesto por todos los procesos culturales en los cuales se da un proceso de comunicación...”³

A partir de la propuesta de estos autores se concluye que “la semiótica pretende demostrar que, bajo los diversos procesos culturales hay sistemas constantes que permanecen ocultos. Esas constantes, en el caso de los medios de comunicación o mensajes, tienen características comunes que permanece invisibles y se manifiestan de diferentes formas en el mensaje...”⁴

Para estudiar el mensaje visual que transmiten las imágenes televisivas es recomendable identificar unidades de análisis como: personajes, letras, encuadres o situaciones y relacionarlas. Asimismo, de acuerdo con Roland Barthes, al analizar un mensaje visual, debe estudiarse de forma retórica , ya que se presentan tres tipos de mensajes en las imágenes visuales: el lingüístico, el denotativo y el connotativo. El mensaje lingüístico acompaña a las imágenes como títulos o leyendas, cuyas funciones son complementar a la imagen y dirigir o identificar el mensaje a partir del lenguaje plasmado. El mensaje denotativo es la descripción de los objetos contenidos en la imagen. Es lo que se observa de inmediato, sin interpretar lo que se ve o sin identificar las intenciones de lo que se muestra en la imágenes visuales, a diferencia del mensaje connotado que contiene los significados del contenido, es decir, es el mensaje que muestra lo que hay detrás de lo observado y que es interpretado por el receptor de diferentes maneras. Es lo oculto, lo que no se ve a primera vista.⁵

Retomando la cuestión metodológica, es importante expresar la consistencia de cada uno de los métodos que se pretende utilizar. En relación al método cuantitativo, sus técnicas

³ Toussaint, Florence, (Coordinadora), *Crítica de la información de masas*, Editorial Trillas, Sexta reimpresión, México, 2000, p. 49.

⁴ Ibid. p. 50.

⁵ Ibid. p.p. 50-61.

más empleadas son las encuestas y el análisis de contenido. A diferencia de la metodología cualitativa que se apoya en técnicas que describen los hechos a través de la observación como lo hace la etnometodología, además que considera el contexto de los fenómenos estudiados, permitiendo la posibilidad de diversas interpretaciones. “El investigador lo que hace es vivir una experiencia que interpreta... el análisis se centra en un proceso que se contextualiza y que se observa integrado en otras prácticas sociales y culturales más amplias.”⁶

Por otra parte, en relación al método interpretativo, “busca una comprensión global de los fenómenos y situaciones que estudia. Utiliza la vía inductiva, los conceptos, la comprensión de la realidad y las interpretaciones se elaboran a partir de la información...”⁷ Finalmente, la metodología crítica consiste en establecer planteamientos derivados de la realidad sociopolítica que se desarrolla en torno a los objetos de estudio que se pretenden analizar, teniendo como objetivo, cambiar lo establecido a partir de ideas críticas sobre las estructuras reales de poder político y económico que condicionan el desarrollo social colectivo e individual. Esta metodología “pretende ampliar la conciencia crítica de las personas, porque las ideologías dominantes bajo una apariencia de racionalidad ocultan unos intereses políticos particulares.”⁸

Tanto la metodología interpretativa como la crítica, utilizan el análisis discursivo como una de las técnicas de estudio además de la observación directa, las historias orales y las entrevistas. Por su parte, los métodos cualitativos y cuantitativos emplean como técnica principal el análisis de contenido. Cada uno a partir de diferentes vías de estudio como los datos precisos a partir de variables numéricas (en el caso del método cuantitativo) o datos

⁶ Rodrigo, Alsina, Miquel, *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*, Universidad Autónoma de Barcelona, España, 2001, p. 150

⁷ *ibid*, p.151

⁸ *ibid*, p. 152

interpretados a partir de la observación directa relacionada con el contexto en el que se desenvuelve el objeto de estudio elegido en la investigación.

A través de estos métodos y con sus respectivas técnicas de estudio, de manera general se busca estudiar el contenido de los programas de televisión abierta referidos a cuestiones políticas y públicas. Estudio que abarca el análisis del discurso, la estructura del programa y la imagen, con el objetivo de establecer el tipo de cultura política que transmite la televisión abierta en México.

Los canales que componen la televisión abierta en México, son administradas por emisores privados y por el Estado, que se transmiten a nivel nacional. Los canales que se consideran en esta investigación, son aquellos cuya señal llega a la Ciudad de México. Estos canales son: 2, 4, 5, 7, 9, 11, 13, 22, 34. No se considera al canal 40, ya que en la fecha que se seleccionó la programación a estudiar, se encontraba fuera del aire.

Sobre estos canales de televisión que componen la señal abierta, de acuerdo a la programación transmitida en el mes de junio de 2005, se seleccionó una lista de programas, cuyo contenido se dirige a establecer información, conocimientos y opiniones de la cuestión política sobre nuestro país y el mundo. En estos programas se presentan reportajes, entrevistas, noticias, documentales que propician conocimiento, debate y análisis político, a partir de la información transmitida. Asimismo, la vida política es presentada como comedia, que se percibe como innovador, al caricaturizar y parodiar a personajes políticos en relación a sus actividades de gobierno.

Transmitidos en distintos horarios, aunque predomina el nocturno, estos programas son del género informativo, en el cual se encuentran los programas de análisis y los noticieros. Asimismo, se identifican con el género de variedades, con los documentales presentados, consistentes en la divulgación científica, tecnológica y cultural en el caso de los canales

estatales y el humor (comedia) en los emisores privados y con el género educativo.⁹ Programas con una duración de una hora y media hora. Todos ellos dirigidos a cumplir la función de informar y crear opinión a partir de los discursos en forma de comentarios que se realizan ya sea de parte de los conductores o los invitados. (ver el cuadro número 1, en la página 112).

De esta lista de programas de contenido político transmitidos por la televisión mexicana en la señal abierta, durante seis meses -desde el mes de agosto de 2005 hasta el mes de enero de 2006-, se grabaron 17 programas, abarcando todos los canales y programas diversos posibles, con el objetivo de conocer la cultura política transmitida en la programación. (Ver el cuadro número 2, en la página 113).

17La composición de la programación por géneros de la televisión abierta, de acuerdo a sus contenidos, está constituida por programas de ficción, variedades, información, ventas, deportes y educación, presentes en todos los canales de transmisión administrados por el Grupo Televisa (2, 4, 5 y 9), TV Azteca (13 y 7) y los del Estado (11, 22). En el caso de Televisa, el género predominante es el de ficción (compuesto por películas, telenovelas, caricaturas y series) con un 47.8%, seguido del género de ventas con un 16.5%, luego las variedades (humor, música, videoclips, talk shows y televerdad, en el caso de los emisores privados) con un 13.3 %, el género informativo (análisis y noticieros) con un 12.5 %, los educativos con un 5.5% (con programas de telesecundaria) y los deportes con un 4.4%. En el caso de TV Azteca, el género de ficción también ocupa el primer lugar en la programación con un porcentaje del 48.3, seguido de las variedades con un 19.8%, luego la información, con un 15.6%, las ventas, con un 9.6% y finalmente los deportes, con un 6.7%. En relación a los canales del Estado, el género predominante son las variedades, a partir de la transmisión de documentales que divulgan ciencia, tecnología y cultura, de programas de música en general o clásica y de interés general, con un 43.8%, seguido del género ficción, con películas extranjeras y miniserias, abarcando el 43.5%, seguido de la información con la transmisión de programas noticiosos de corte cultural y de carácter general, con un 12.2%, y finalmente los deportes, con un .5%. En conjunto, la televisión abierta en México (considerando los canales emitidos por Televisa, TV Azteca y los del Estado, canal 11 y 22) dedican programación con fines de entretenimiento (con géneros de ficción, variedades y deportes) un 72.2% y de información (con géneros de información, ventas y educación) un 27.8%. Crovi, Druetta, Delia y Vilar, Alcalde, Josefina, "Canales abiertos de la Ciudad de México: programación y preferencias del público" *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*, Proyecto Monarca, UNAM, 1996, pp. 179-188.

**Cuadro no. 1 Programación de contenido político de la televisión abierta en México en
el mes de junio de 2005**

CANAL	PROGRAMAS DE CONTENIDO POLÍTICO TRANSMITIDOS POR LA TELEVISIÓN ABIERTA EN MÉXICO
2	Primero...noticias (lunes a viernes de 6:00 a 9:00 am) Noticiero con Lolita Ayala (lunes a viernes de 2:30 a 3:00 pm) Noticiero con Joaquín López Dóriga (lunes a viernes de 10:30 a 11:15 pm) Zona Abierta (jueves de 12:00 a 1:00 am) México. Nuevo Siglo (domingo de 11:15 pm a 12:45 am) La Parodia (lunes de 10:00 a 10:30 pm)
4	A las tres (lunes a viernes de 3:00 a 4:00 pm) Las noticias por Adela, (lunes a viernes de 9:00 a 10:30 pm) Noticiero con Alejandro Cacho (sábado y domingo de 10:00 a 10:30 pm) P-laneta 3 a chaleco (domingo, de 8:30 a 9:30 pm) El cristal con que se mira (lunes a viernes de 7:00 a 10:00 am) Alebrijes. Águila o Sol (domingo de 9:00 a 10:00 pm)
7	Hechos siete (lunes a viernes de 9:00 a 9:30 pm) A quien corresponda (lunes a viernes de 1:30 a 2:00 pm)
11	Noticiero del once (lunes a viernes de 5:50 a 8:00 am y de 9:00 a 10:00 pm) Espiral, (miércoles de 10:00 a 11:00 pm) Archivo Abierto (domingo de 9:00 a 10:00 pm) Primer Plano (lunes de 10:00 a 11:00 pm)
13	A.M. (lunes a viernes de 6:00 a 9:00 am) Hechos meridiano (lunes a viernes de 3:00 a 4:00 pm) Hechos sábado (sábado de 2:00 a 3:00 pm) Hechos (de lunes a viernes de 10:30 a 11:30 pm) Entre lo público y lo privado (miércoles de 11:45 pm a 12:45 am) Reporte 13 (jueves de 11:45 pm a 12:45 am) En contexto (viernes de 11:45 pm a 12:45 am) Entre tres (lunes de 11:45 pm a 12:45 am) Un día con (martes de 11:45 pm a 12:45 am) Frente a Frente (sábado de 12:00 am a 1:00 am) Los presidenciables (domingo de 11:30 a 12:30 pm)
22	La vida en México en el siglo XX (lunes a viernes de 2:30 a 3:00 pm) Conexión México (lunes de 9:00 a 10:00 pm) Así la vemos, (lunes, martes y jueves de 7:30 a 8:00 pm) Antesala, (sábado de 2:30 a 3:30 pm)
34	34-12 Noticias (lunes a viernes de 7:00 a 8:00 am y de 9:00 a 10:00 pm) Enlace ciudadano (lunes y viernes de 8:00 a 9:00 pm) Generación...es (lunes de 6:00 a 6:30 pm) El aula mayor (sábado de 8:00 a 9:00 pm)

DESCRIPCIÓN DE LOS PROGRAMAS DE CONTENIDO POLÍTICO ELEGIDOS EN LA INVESTIGACIÓN

Noticiero con Joaquín López Dóriga, transmitido por Canal 2, en el horario de 10:30 a 11:20 en la noche, de lunes a viernes. Encabezado por un solo conductor, quién presenta noticias de manera breve sobre política, economía y aspectos sociales, sin una separación. Las noticias se transmiten a través de entrevistas y discursos de los reporteros. Cuenta con una serie titulada “Los reporteros” y una sección de opinión con reconocidos analistas.

Zona Abierta, transmitido por Canal 2, en el horario de 12:00 a 1:00 AM, los jueves, conducido por el escritor Héctor Aguilar Camín. Consiste en el análisis de temas sobre asuntos políticos, económicos y sociales, a partir de opiniones de diversos invitados como investigadores, funcionarios públicos o dirigentes políticos. Hay un solo conductor, quién opina y pregunta a los invitados. Así mismo se compone de espacios que supuestamente están fuera del aire, donde se observa a los invitados y al conductor debatir o comentar sobre el tema. Antes de reiniciar el programa, después de los comerciales, se presenta un sondeo que consiste en preguntarle a la gente sobre el tema discutido en el programa.

Primer Plano, transmitido por Canal 11, los lunes de 10:00 a 11:00 PM, conducido por Lorenzo Meyer (historiador), José Antonio Crespo (investigador y docente), Francisco Paoli (investigador y docente) y Leonardo Curzio (periodista e investigador). Consiste en el análisis político, social y económico a partir de comentarios de diversos analistas políticos dedicados al periodismo, la docencia e investigación en torno a cuatro temas relevantes a nivel nacional o internacional durante la semana o durante ese día. Cada uno de ellos comienza con una introducción de cada tema que se discute alrededor de 15 minutos, dicha

introducción tienen una duración de 5 o 6 minutos, para posteriormente ceder la palabra a los demás participantes.

Espiral, transmitido por Canal 11, los miércoles de 10:00 a 11:00 PM, conducido por el periodista Francisco Zea. El programa se basa en opiniones, comentarios y propuestas de cuatro invitados (periodistas, funcionarios, empresarios e analistas) sobre diferentes temas derivados de asuntos políticos y sociales. El conductor hace una serie de preguntas que los invitados deben contestar en un determinado tiempo. Concretamente, estos cuentan con seis minutos para su argumentación inicial divididos en tres turnos de 1, 2 y 3 minutos respectivamente. Ellos deben elegir los minutos para contestar las preguntas del conductor. Al final los diversos invitados se remiten a establecer propuestas y conclusiones.

Entre lo público y lo privado, transmitido por Canal 13, el miércoles de 12:00 a 1:00 AM, conducido por el investigador Andrés Roemer y la periodista Katia D' Artigues. El programa consiste en entrevistas realizadas a diversos líderes de opinión relacionados con la política, la cultura, los deportes y espectáculos. Los conductores les preguntan sobre aspectos de su vida personal, de sus actividades profesionales y su opinión sobre asuntos políticos y públicos.

El privilegio de mandar, transmitido por Canal 2, el lunes en el horario de 10:00 a 10:30 PM. El programa consiste en la presentación de sketches o escenas de comedia referidas a sucesos políticos desarrollados en nuestro país, a través de la parodia de personajes de la práctica política que de manera coyuntural son polémicos.

Noticiero 34/12 noticias, transmitido por Canal 34, en el horario de 9:00 a 10:00 PM de Lunes a Viernes, conducido por el periodista Carlos González. Encabezado por un solo conductor, quién presenta noticias de manera breve sobre política, economía y aspectos sociales, sin una separación. Las noticias se transmiten a través de entrevistas y discursos de

los reporteros. Se presenta por separado la sección de deportes con otro conductor (coconductor). Además de presentar noticias nacionales e internacionales, predominan las locales al inicio del programa. En esta emisión se realizan dos entrevistas para cubrir el tiempo al aire del programa noticioso.

Reporte 13, transmitido por Canal 13, con un horario de 24:00 a 24:30 hrs el día jueves, conducido por el periodista Ricardo Rocha. El programa esta basado en reportajes, entrevistas y reseñas sobre asuntos nacionales principalmente coyunturales, sobre temas polémicos. En ocasiones los programas se realizan en el estudio con invitados a la mesa o en otras con reportajes elaborados de manera anticipada.

Archivo Abierto, transmitido por Canal 11 de 9:00 p.m. a 10:00 p.m., los domingos, conducido por la periodista Elisa Alanis. El programa consiste en la presentación de temas coyunturales a través de entrevistas y reportajes a personas involucradas en los asuntos políticos, sociales o culturales, ya sean analistas, funcionarios, líderes políticos, o ciudadanos comunes. Temas que se tratan con mayor profundidad que en los noticieros. La conductora principal tiene enlaces en vivo con reporteros y además de entrevistas grabadas con funcionarios públicos.

La entrevista con Sarmiento, transmitido por Canal 13 de 12:00 a 12:30 AM, conducido por el analista Sergio Sarmiento. Es un programa que trata un tema específico ya sea coyuntural o histórico referente a cuestiones políticas, sociales, económicas o culturales, a través de la entrevista a personajes involucrados en torno al tema en cuestión. Al inicio del programa, el conductor proporciona una introducción breve sobre el tema y sobre la biografía de los invitados.

Alebrijés. Águila o Sol, transmitido en el Canal 4 en el horario de 10:00 a 11:00 PM, los domingos, conducido por los periodistas Mari Carmen Cortés, José Yusté y Marco

Antonio Mares. El programa se compone de entrevistas a funcionarios públicos y directivos financieros, así como de sondeos. Los conductores analizan a través de comentarios u opiniones propias, aspectos relacionados con la economía y las finanzas que trascendieron a lo largo de la semana. Asimismo, presentan algunos datos estadísticos en relación a una problemática que afecta a la economía nacional. Cuenta con secciones como a la alza y a la baja, además leen comentarios del público.

Enlace ciudadano, transmitido en Canal 34, de 8:00 a 9:00 p.m. de lunes a viernes, conducido por el periodista Francisco Pimentel. El programa esta basado en entrevistas a funcionarios encargados del desarrollo de políticas de gobierno para mejorar la situación de la sociedad mexiquense. Además de dichas entrevistas que componen casi todo el programa, se presentan reportajes acerca del tema en cuestión, junto a comentarios de un reportero que colabora en la emisión y que menciona algunos datos generales. Además el conductor da lectura a comentarios y preguntas enviados por el público.

Conexión México, transmitido por Canal 22 de 9:00 a 10:00 pm, los lunes, conducido por la periodista Gretel Luengas. El programa está compuesto de reportajes, entrevistas y comentarios de especialistas y de la conductora, en torno a temas centrales como la migración. Además se presentan reportajes sobre temas diversos referentes por ejemplo a la producción cinematográfica nacional o sobre el turismo existente de alguna entidad federativa. La conductora da lectura a diversos comentarios del público televidente.

Antesala, transmitido de 2:30 a 3:30 p.m., los sábados, conducido por el periodista Javier Aranda Luna. Es un programa que consiste en la discusión de un tema específico por parte de investigadores, analistas y escritores, junto con el conductor, quienes comparten sus ideas y sus puntos de vista. Al inicio del programa, se presenta una introducción en forma de diagnóstico sobre el tema a tratar.

México. Nuevo Siglo, transmitido por canal 2 de 12:00 a 12:30 p.m., los domingos. El programa contiene el tratamiento de aspectos históricos y descriptivos de nuestro país en el ámbito político, social y cultural. Se construye a partir de entrevistas, fotografías y películas, que reseñan el tema en cuestión.

Así la vemos, transmitido por Canal 22, de 7:30 a 8:00 p.m., de lunes a viernes, conducido por el periodista Rubén Álvarez. El programa consiste en debatir sobre un tema referido a problemáticas de toda índole, que afectan la vida de los jóvenes mexicanos. En este sentido, el programa se compone de un público joven que se dedica a escuchar, opinar y responder las preguntas del conductor, quien al inicio realiza una introducción sobre el tema. Además cuenta con un reportaje especial referido al asunto que se trata en la emisión.

La vida en México en el siglo XX, transmitido por Canal 22, de 2:30 p.m. a 3:30 PM de lunes a viernes. El programa se basa en documentales que tratan aspectos históricos y descriptivos de nuestro país y el mundo en el ámbito político, social y cultural. Se construye a partir de fotografías y películas, que reseñan el tema en cuestión en donde se resaltan personajes que aportaron en esa época, así como la referencia de procesos políticos y sociales.

VARIABLES A ESTUDIAR

El análisis de estos programas comprende el estudio de la estructura de cada uno, así como el discurso que emplean, para determinar los valores e ideas políticas (actitud hacia los objetos políticos) que transmiten y el análisis de la imagen apoyada en la identificación de los planos utilizados (ya sea un primer plano, un segundo plano o un plano general). En este sentido los aspectos o variables que se analizan, son los siguientes:

- Nombre del programa
- Canal de transmisión

- Empresa que la administra
- Género del programa
- Horario
- Desarrollo del programa
- Temas considerados
- Conductor (es)
- Coconductor (es) o colaborador (es)
- Invitado(s)
- Utilización de textos
- Utilización de imágenes
- Tratamiento del tema
- Discurso del o los invitados
- Discurso del o de los conductores del programa y del o los coconductores
- Discurso de la opinión pública
- Discurso del texto
- Descripción del escenario
- Imagen del conductor (es) y coconductor (es)
- Imagen de los invitados
- Planos utilizados (primer plano, segundo plano o plano general)
- Se presentan o no imágenes que concuerdan con el tema expuesto

Estos aspectos o variables permitirán establecer el carácter político que demuestra la televisión abierta a partir del estudio de las características de sus programas. Aspectos como el tipo de género, el tema o temas y su tratamiento, así como el tipo de discurso, y los planos que

se emplean, son determinantes para la comprensión de la cultura política de los emisores, en este caso la televisión abierta en México.

En relación al género televisivo, es una clasificación que tipifica los diversos programas a partir de las diferencias en cuanto a contenido y función que cada emisión demuestra. De esta forma, se contemplan diversos géneros en la televisión mexicana: ficción, variedades, información, educación, deportes.¹⁰ En el caso de los programas que transmiten contenido político, son identificados como programas de contenido o barra de opinión por las empresas de televisión concesionada en nuestro país. En el caso de las empresas de televisión permisionada, hay una mayor diversificación de estos programas, sin embargo, todos suelen seguir un mismo formato.

De manera general, se considera que estos programas se ubican dentro de los géneros informativo, de variedades (documentales y humor) y educación. Los contenidos se sostienen de reportajes, entrevistas, mesas de discusión y presentación de noticias que permiten conocer a través de los temas tratados los asuntos políticos y públicos desarrollados sobre todo de forma coyuntural a nivel local, nacional, regional y mundial.

Asimismo, es importante considerar el nombre del programa, el canal, el horario y la empresa que la administra, porque estos elementos demuestran la dirección y objetivo del programa a partir del carácter económico y financiero de quienes controlan a los canales de televisión, ya que a través de su identificación se conoce la función que ejercen y que tiende a ser principalmente de entretenimiento, relegando la cuestión informativa y cultural.

El horario también es determinante para establecer los temas y su tratamiento, así como el discurso que se emplea en las diversas emisiones. Los programas que son transmitidos, después de la media noche, pueden resultar mas polémicos, por los temas e invitados

¹⁰ Ibidem

considerados y que están fuera del sector gubernamental del ámbito federal o empresarial , es decir, que forman parte de la oposición.

La identificación de los temas y su tratamiento, así como el tipo de discurso que se emplea en los programas de contenido político que transmite la televisión abierta en México, determinan el verdadero interés social y político de parte de los emisores, que a su vez estipula su relación con la sociedad que los emplea, ya sea para informarse o divertirse.

A grandes rasgos, se considera que el tratamiento del o los temas en los programas televisivos -que consiste en la forma en que se transmite, a través de explicaciones basadas de argumentos históricos, teóricos o filosóficos que en conjunto proporcionan argumentos científicos o solo son opiniones motivadas a partir de sucesos recientes experimentados en la praxis, que en conjunto demuestran el interés de explicar los temas tratados y por tanto el tipo de cultura política que se transmite a través de los discursos de quienes intervienen en los programas como los conductores, invitados y sus audiencias,- se desglosan en: escueto sin explicación profunda; con mayor profundidad, pero incompleto; con mayor profundidad y análisis basado en argumentos científicos (teóricos, históricos) y opiniones.

En relación al discurso y los lenguajes televisivos a través de sus géneros está ligado al tema considerado en los programas, así como de quien lo emite o lo enuncia, junto al contexto, que en conjunto determinan que sea oficial u oficioso, polémico o didáctico, ordenado de ideas y argumentos o fonéticamente agradable y ambiguo, histórico o coyuntural, y plural, en torno al discurso político que a su vez se clasifica en: gubernamental, social, sindical, empresarial, económico, cultural, a partir de los sujetos identificados en el discurso. Es decir, por ejemplo, en el caso del conductor de un noticiero de televisión. Éste utiliza el discurso informativo y el discurso político gubernamental, social, sindical y económico, sin pertenecer, ya sea al gobierno, o algún sindicato o una organización social, sólo por el hecho de que los sujetos que

intervienen en el discurso que enuncia son objeto del propio discurso. Asimismo, de manera separada se comprende el discurso informativo. En este sentido, se considera el análisis del discurso propuesto por Michel Foucault y Michel Pecheux, autores de la escuela francesa. En el caso de Foucault, se contempla la idea referida a los mecanismos de control que ejercen las instituciones sobre los discursos emitidos y sobre los individuos que lo emiten, y de Pecheux, en la propuesta de que los discursos están asociados, “alineados” con los modos de producción económicos, sociales, políticos e ideológicos dominantes.¹¹

En correspondencia con la clasificación del discurso que se contempla en esta investigación, en primer lugar, se considera al discurso polémico, como aquel que “tiene como objeto la persuasión a partir de un lugar muy fuerte del sujeto enunciator que intenta una identificación con sus posiciones, a partir de recursos de construcción discursiva de la interlocución y del juego con los diferentes destinatarios.”¹² De manera contrapuesta, se encuentra el discurso didáctico, que consiste en el “borramiento del enunciator a partir de la consideración de que las aserciones no deberán ser confrontadas con otras sino que el estatuto del enunciator, su legitimidad (así como la situación enunciativa) dan la suficiente fuerza simbólica para que el objetivo persuasivo esté dotado de hecho”¹³

Por otra parte, dentro de la tipología del discurso político, se percibe aquel discurso ordenado de ideas y argumentos, frente a otro, considerado como fonéticamente agradable y ambiguo, empleado principalmente por los funcionarios públicos o candidatos en campañas

¹¹ Vega, Llamas, Elvia, “Análisis del Discurso aplicado a la *Carta Atenagórica* de Sor Juana Inés de la Cruz. Parte II” Universidad de Guadalajara, <http://sincronia.cusch.udg.mx/vega05.htm>

¹² Mangone, Carlos y Warley, Jorge (editores), *El discurso político del foro a la televisión*, Editorial Biblos, Argentina, 1994. p. 25

¹³ *Ibidem*

electorales que buscan “integrar a un público heterogéneo que sólo está unido por la práctica televisiva”¹⁴

Además de estos, también se percibe el discurso oficialista que “depende estructural y legalmente del poder público” y el discurso pluralista que “tiene los límites impuestos por la presencia legitimadora, en dosis pequeñas, de la oposición política...lo que para el funcionamiento de los mitos modernos Barthes denominaba la vacuna, una ligera cuota de antisistema permite salvar estructuralmente a todo el sistema y hacerlo pasar por democrático y pluralista.”¹⁵ Junto a estos discursos, se encuentra ligado el discurso oficioso que “no recibe regulación por parte del Estado, y atrae, sin duda, mayor atención de los televidentes, según el grado de politización de los distintos sectores sociales.”¹⁶

Finalmente, se consideran los discursos históricos y coyunturales que hacen referencia a procesos, personajes, actores e instituciones políticos y sociales de una determinada época que conciertan el presente y futuro de la historia de los pueblos, (discurso histórico) o bien hacer referencia a sucesos políticos y sociales recientes, (discurso coyuntural).

Todos estos discursos se derivan y condicionan al discurso político, que a su vez se clasifica en subdiscursos dependiendo del sujeto enunciator y del tema al que está ligado referido a asuntos políticos o públicos y que pueden ser tratados por todos los sectores o componentes políticos y sociales que conforman un Estado. Es decir, el discurso político, no solo proviene de aquellos sujetos inmersos en la actividad gubernamental o en institutos políticos como los partidos políticos. También participan en este discurso actores sociales, como organizaciones no gubernamentales, organizaciones civiles, sindicatos, así como cualquier ciudadano que exprese ideas sobre el entorno político y social.

¹⁴ Ibid, p. 50

¹⁵ Ibid, p. 56

¹⁶ Ibid, p. 182

Igualmente es importante identificar en los programas de televisión abierta, la función profesional de los conductores y de los invitados que intervienen en las distintas emisiones, ya que no sólo se encuentran conduciendo periodistas o comunicólogos. También intervienen en la conducción, funcionarios públicos o líderes políticos, así como académicos e investigadores. La categoría del conductor puede afectar al discurso que se enuncie, así como el impacto social y la credibilidad del programa.

En relación a los invitados estos suelen ser: funcionarios públicos, líderes políticos, académicos e investigadores (analistas) o ciudadanos comunes, que no pertenecen a organizaciones políticas y públicas, como militantes o empleados del sector público, ni tampoco a organizaciones sociales.

En cuanto al estudio de la imagen, se hace especial énfasis la descripción del escenario, la imagen del o los conductores y colaboradores, así como de los invitados y los planos utilizados, principalmente el primer plano, el plano medio y el plano general.

“El *primer plano*, muestra al personaje desde la altura de los hombros hasta la cabeza completa. El primer plano de un rostro es una llamada al sentimiento del espectador... que comunica y es expresivo en sí mismo...En teoría debe provocar una identificación entre el espectador y el actor, quien aparece más próximo, reconocible y, por lo tanto, más creíble. El *plano medio*, recoge la imagen del personaje sólo desde la parte media del pecho hasta la cabeza completa, y puede incluir a dos o más personas, mostrando la interrelación que existe entre ella. Gana en aspectos como la expresividad de las manos, el cómo va vestido el personaje, así como por alguna referencia al contexto en el cual se desarrolla la acción. El *plano general*, es descriptivo de la situación general en que se encuentran los actores, las

posiciones que ocupan en el espacio, del ambiente y escenario en que transcurre la acción... el decorado y el ambiente ocupa la mayor parte de la superficie de la pantalla...”¹⁷

A partir del estudio de la estructura, discurso e imagen (que componen el contenido) de los programas grabados de la televisión abierta en México, se obtienen datos, que en conjunto proporcionan un acercamiento a la cultura política plasmada en la televisión abierta mexicana. (Ver Anexos en la página 103).

EJEMPLIFICACIÓN

Para conocer de manera precisa la cultura política de la televisión abierta, es importante analizar detalladamente la programación de contenido político que se transmite y de esta manera establecer los valores, comportamientos y actitudes de quienes intervienen en la emisión. En este sentido, de los diecisiete programas de contenido político seleccionados, se ejemplifica el estudio realizado de cada uno, mostrando el análisis cualitativo realizado en tres de estos programas para establecer la situación de este medio en relación a la cultura política.

ZONA ABIERTA

Este programa se transmite los jueves a las 24:00 hrs, con duración de una hora en el canal 2 de Televisa. Conducido por Héctor Aguilar Camín periodista y escritor. El desarrollo del mismo, consiste en el tratamiento de un tema determinado, referente a sucesos ocurridos de manera reciente en el ámbito político, social o cultural o sobre la actividad gubernamental. Se sostiene a partir de invitados como periodistas, funcionarios públicos, analistas o líderes políticos quienes exponen sus ideas en torno a un tema específico. De entrada, el título del

¹⁷ Aguayo, Quezada , Sergio y Acosta, Miguel, *Urnas y pantallas. La batalla por la información*, Academia Mexicana de Derechos Humanos, Editorial Océano, México, 1997, p.p. 99, 100.

programa emula que, es un espacio televisivo donde existe libertad para expresar ideas y puntos de vista diferentes, sin importar las condiciones e intereses ideológicos de cada expositor. Sin embargo, la intención de mostrar, que es un programa televisivo democrático, queda en entredicho, por la calidad y categoría de los invitados, así como por los temas tratados.

En el caso del programa transmitido el 11 de agosto de 2005, el tema considerado fue el narcotráfico. Los invitados que participaron en la emisión, son dos funcionarios del Gobierno Federal: Ramón Martín Huerta, Secretario de Seguridad Pública y Daniel Cabeza de Vaca, Procurador General de la República, quienes defendieron el trabajo realizado hasta entonces en la administración del presidente Vicente Fox Quezada en materia de seguridad pública y narcotráfico. Aunque reconocieron carencias, no explican planes, proyectos y políticas para detener este problema de seguridad nacional.

Los dos funcionarios, establecen que el problema del narcotráfico radica esencialmente en la ambición de las bandas y carteles a partir de reacomodos que se presentan por la muerte de varios de sus líderes, y por el control de espacios en la frontera para distribuir la droga en otros puntos del país. Mencionan la ineficiencia de la policía local y municipal, que fortalece la presencia de los narcotraficantes, pero no hablan sobre las medidas del gobierno y por tanto resultados efectivos que contrarresten este problema.

De forma general, se percibe un discurso oficialista en los invitados y el conductor, que busca ocultar el verdadero problema del narcotráfico: su crecimiento se origina a partir del descuido gubernamental por las relaciones de poder construidos en torno a intereses económicos entre ambos. Se presenta este tipo de discurso, por la categoría de los invitados: funcionarios públicos que se deben al Presidente de la República y no precisamente a la sociedad.

Con relación al conductor, nunca existe la intención por establecer una postura crítica en torno al problema del narcotráfico. Sólo hay intentos de polemizar a partir de datos estadísticos y periodísticos, pero que no cuestionan la responsabilidad del gobierno frente al problema.

El tema central, es tratado de manera escueta sin profundidad, que se limita al establecimiento de la situación o el diagnóstico del problema, pero sin precisar datos que revelen la situación real del mismo. Por ejemplo, se menciona que es un problema nacional desarrollado desde hace 50 años, que últimamente ha tenido eco por los asesinatos de narcotraficantes y jefes policíacos, que se presenta por los espacios que buscan las bandas y que provocan un reacomodo entre las mismas ocasionando asesinatos entre ellos y enfrentamientos con la policía.

Sobre la discusión del tema central, se derivan otros como la participación del ejército y de grupos desertores como los Zetas en bandas de narcotraficantes. Asimismo, los funcionarios invitados recalcan la importancia de la colaboración de todos los sectores políticos y sociales para enfrentar el narcotráfico. Sin embargo, no establecen propuestas concretas que resuelvan el problema de fondo a través de acciones de gobierno y reformas de Estado.

En el programa, predomina el plano medio, sobre el funcionario que dialoga. La imagen se divide en dos partes. Una dirigida al que discute y otra a los que escuchan (ya sea el conductor o el invitado). En otras ocasiones, la imagen es abierta permitiendo que se observe todo el escenario compuesto de una mesa redonda donde se ubican todos los participantes. Atrás está una pantalla con el texto Zona Abierta, de color rojo. Esta formalidad o seriedad mostrada en el programa, junto a la toma abierta que permiten ver el escenario y el plano

medio sobre los hablantes, tienen la intención de impactar en el espectador, con el objetivo de que el discurso que se utiliza, tenga peso en la mente del público que los consume.

Hay una parte del programa denominado “fuera del aire” que consiste en espacios televisados donde se observa a los invitados y al conductor debatir o comentar sobre el tema, pero que supuestamente está fuera del aire. Asimismo, antes de reiniciar el programa, después de los comerciales, se presenta un sondeo que consiste en preguntarle a la gente sobre un problemática derivada del tema central que se discute. Las preguntas son: ¿se siente seguro en este país?, ¿ha vivido usted una situación de violencia ¿cuál?, ¿qué haría con el narcotráfico? Posteriormente el conductor emite su opinión sobre el sondeo. También en la pantalla se presentan algunos datos, denominados “Numeralias”, como los siguientes: Número de ejecuciones del narco en lo que va del 2005: 800. Número de desertores del ejército: 383.

ESPIRAL

Programa transmitido en el canal 11 del Instituto Politécnico Nacional, los miércoles de 10: 00 PM a 11:00 PM. Conducido por el periodista radiofónico Francisco Zea. La intención de este programa es debatir sobre un tema específico desglosado principalmente de políticas públicas o acciones de gobierno, a través de invitados que provienen de diferentes sectores: empresarial, gubernamental, periodístico o académico. El formato del programa consiste en otorgar a los invitados un tiempo específico para contestar diversas preguntas, quienes cuentan con seis minutos, divididos en tres turnos de 1, 2 y 3 minutos respectivamente. Ellos deben escoger los minutos para contestar las preguntas del conductor. Al final los diversos invitados se remiten a establecer propuestas y conclusiones.

Al inicio del programa, se presenta una introducción sobre el tema a tratar, con la voz del conductor e imágenes que ilustran el discurso. En el caso del programa transmitido el 7 de

septiembre de 2005, el tema central, se tituló: Quinto año de gobierno. El resultado de las políticas públicas. En esta emisión participaron: el Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, Vicente Fox Quezada, el ingeniero José Luis Barraza, presidente del Consejo Coordinador Empresarial, el investigador y académico Jaime Sánchez Susarrey, analista político de la Universidad Autónoma de Guadalajara y Leonardo Curzio, Director de noticias de NRM Comunicaciones.

Desde la introducción, se percibe una actitud tendenciosa a favor del gobierno del Ejecutivo Federal Vicente Fox Quezada. Paralelamente se muestran imágenes del triunfo electoral de este presidente celebrado el 2 de julio de 2000 en el Ángel de la Independencia. Así como, del Congreso de la Unión y el trabajo legislativo y, sobre los programas del Gobierno Federal. Veamos por que:

El 2 de julio del año 2000, México ingresó a una nueva era democrática. El entonces candidato electo Vicente Fox Quezada vislumbró un país en que mediante la voluntad unida de todos los mexicanos alcanzarían los estándares de calidad de vida de los países desarrollados. Las cosas no resultaron tan fáciles. Uno de los logros más importantes de la nueva vida democrática, la separación de poderes, se acentuó generando divisiones entre el Ejecutivo y el Legislativo impidiendo la aprobación de reformas vitales para el proyecto de la naciente administración.

Cinco años después, el panorama parece modificarse, y la posibilidad de que el país concrete reformas trascendentes durante el último año de administración parece más factible, pese a todo, los avances de la administración son tangibles. De acuerdo al Banco Mundial, durante los primeros cuatro años de gobierno del presidente Fox, se ha reducido la pobreza extrema en el país en 6.6 puntos porcentuales. Programas como Oportunidades, son vistos a nivel mundial como un modelo a seguir, debido a que han sabido satisfacer las necesidades básicas de las familias, como lo son vivienda y alimentación de calidad, así como un programa de salud popular y otros más de educación moderna para niños y niñas.

La administración del presidente Vicente Fox está entrando en la recta final. Llegó la hora de los acuerdos, de cimentar las bases para la administración siguiente. Es fundamental que los actores políticos orienten la discusión sobre los temas que continuarán la senda de un México cada vez más justo y más progresista.

Como se observa, al inicio del programa se excluye la posibilidad de presentar un discurso crítico y objetivo que establezca los contrapesos del gobierno encabezado por Vicente Fox Quezada. Esta actitud se refuerza , en las preguntas del conductor al mandatario mexicano:

Señor Presidente, en muchas ocasiones usted a comparado al gobierno con el trabajo del campo, estamos listos para cosechar. ¿Cuánto tiempo elige para contestar está pregunta?

Señor presidente, ¿porqué decidió cambiar el formato del Informe?

Señor presidente, el próximo año va a ser eminentemente un año electoral, creo que eso le dificultará la situación estatal. En materia de desarrollo social económico, ¿qué podemos esperar para el 2006?

Señor presidente, todos piensan que el sexenio está por terminar, ¿cuáles son los cambios estructurales que se pueden sacar en el Congreso?

Señor presidente, algo que creo que es fundamentalmente importante, hablando de la ilegalidad, de falta de certidumbre jurídica, ¿cree que la ilegalidad a veces puede llegar a la impunidad, que es una de las aristas de la inseguridad? Creo que es muy importante entrar al tema de la inseguridad, ¿vamos bien con lo que estamos haciendo en materia de seguridad?

Los otros invitados de esta emisión, provienen de diversos sectores: el empresarial, académico, periodístico y de investigación. En conjunto, no representan un peso crítico importante que desglose las limitaciones y deficiencias de las políticas públicas en el periodo 2000-2006 del gobierno federal, debido a la ideología de derecha de los participantes, quienes colaboran en otras empresas privadas de la radio y la televisión, (como es el caso de Leonardo Curzio y Jaime Sánchez Sussarrey) y que indudablemente afecta a la objetividad de su discurso. Lo mismo ocurre con el empresario invitado. A pesar de que el sector empresarial es un grupo de presión importante para el gobierno. No existe la intención de manifestar públicamente los errores gubernamentales, al contrario. Por la complicidad entre ambos sectores, ya que existen más nexos de colaboración que de confrontación. Como ha sucedido

históricamente, el sector empresarial nacional y trasnacional es el más favorecido, con las medidas del gobierno.

Predomina el plano medio cuando hablan los invitados y el conductor, junto a tomas abiertas que permiten ver el escenario. Se observa a los invitados y frente a ellos, al conductor. Al final del programa, se plasma texto que sintetiza las ideas expuestas de los invitados, como conclusiones y propuestas.

ALEBRIJES. AGUILA O SOL

Este programa se transmite por canal 4, los domingos, en el horario de 10:00 PM a 11:00 PM. Es conducido por Mari Carmen Cortés, Marco Antonio Mares y José Yuste, analistas radiofónicos quienes a través de comentarios u opiniones tratan temas relacionados a cuestiones económicas en el ámbito nacional e internacional ocurrido a lo largo de la semana. Cuenta con varias secciones a partir de entrevistas grabadas a invitados a la mesa, sondeos y presentación de cifras en materia económica. Se presentan secciones como “El resbalón de la semana” y “A la alza y a la baja”. Los invitados del programa son funcionarios de gobierno, de organismos económicos nacionales o extranjeros y empresariales de la industria financiera, bancaria o productiva.

En el programa transmitido el 29 de noviembre de 2005, se abordaron los siguientes temas: Asistencia de los candidatos políticos a foros empresariales. La nueva forma de pago a la gasolina. Prioridades económicas del gobierno federal. Tratados comerciales. Relaciones intergubernamentales entre México y Venezuela. OCDE (Organización para la Cooperación Económica). Población. Salud. Educación. Banca privada. Crisis económica. FOBAPROA. Leyes financieras. Funcionarios financieros y empresarios.

El tratamiento de estos temas se lleva a cabo a través de comentarios y opiniones de los conductores, así como a partir de entrevistas grabadas y de invitados a la mesa. En ésta emisión, se entrevistó a José Ángel Gurría, Secretario de la Organización para la Cooperación Económica (OCDE), a Luis Peña, Director General de BANORTE y al presidente mexicano Vicente Fox Quezada, desde el avión presidencial, después de la reunión que sostuvo en la APEC. Todos ellos forman parte del sector gubernamental, empresarial y de organismos internacionales, quienes manejan un discurso oficial cercano al sistema económico que propicia el crecimiento de su poder económico y político. En este sentido, se excluye a otros sectores que se han visto afectados con las políticas económicas del gobierno frente al sector empresarial.

En la sección “El resbalón de la semana”, los comentarios de los conductores son descalificadores y tendenciosos sobre los candidatos políticos en la elección presidencial del 2006. En este sentido, se aprecia la parcialidad sobre la información.

Marco Antonio Mares (conductor): Hola que tal, muy buenas noches. Pues ésta semana, quién se resbaló, en el resbalón de la semana, se lo damos a Andrés Manuel López Obrador. Qué se resbaló no sólo una vez, sino tres veces, porque no asistió el número de ocasiones a tres importantes foros empresariales a los que fue invitado, y al último simple y sencillamente dijo: no voy y no voy. ¿Qué habrá pasado?. Son pretextos, no quiere dar a conocer su política económica, o simple y sencillamente le dio miedo, porque no sabe de la materia.

Mari Carmen Cortés (conductor): En los tres puso diferentes excusas. En la Bolsa Mexicana de Valores en la Convención del Mercado de Valores, dijo que no lo habían invitado a tiempo, cuando lo invitaron con muchísima anticipación. También dijo lo mismo para la Convención de Industriales y después, mucho después, cuando ya están fuertes las críticas dijo: es que yo todavía no soy candidato electo. Tiene como dos años de ser candidato pero, oficialmente, todavía no.

José Yuste (conductor): Yo creo que fueron puros pretextos de Andrés Manuel López Obrador, dice que realmente es parte de su estrategia no asistir a foros empresariales. Aquí, en efecto no son electores, no son votos, pero es estabilidad económica presentarse frente a la comunidad financiera bursátil. Presentarse frente a la otra parte que es la comunidad industrial. Frente al Pacto de Chapultepec, que impulsa Carlos Slim. Es tener estabilidad económica. ¿Por qué no va?. Yo creo que López Obrador, no

quiere todavía un debate con los demás candidatos. Es el puntero. Y sobre todo un debate en el área económica.

Marco Antonio Mares (conductor): Está sacateando al debate. Pero también está sacateando a una frase que trae consigo el Pacto de Chapultepec, en donde hace que los candidatos a la Presidencia de la República, se comprometan a respetar el fallo de las autoridades electorales y ese es precisamente el miedo de López Obrador.

Mari Carmen Cortés (conductor): Yo creo que este asunto del Acuerdo de Chapultepec es el más importante por que los demás que queremos saber, la pobreza y todo lo demás, se circunscribe, pero el Pacto de Chapultepec, la importancia es que obliga a los candidatos a aceptar el fallo de las elecciones y el peje no quiere.

José Yusté (conductor): qué es lo que siempre dice López Obrador , el pueblo es el que decide. Y de repente que pasa si pierde la elección. El pueblo decide que yo tuve que ganar la elección y entonces no le va hacer caso al IFE.

Mari Carmen Cortés (conductor): Ese es otro resbalón, cuando las encuestas lo favorecen, dice: qué bonitas encuestas. Y cuando las encuestas lo empatan con Felipe Calderón, que malas encuestas.

Los comentarios de los tres conductores desacreditan a uno de los candidatos. ¿Por qué no hacen las mismas observaciones con los otros? ¿Por qué solo se remiten a atacar a Andrés Manuel López Obrador? Por el contrario, se mencionan acciones positivas en relación a Felipe Calderón candidato presidencial del Partido Acción Nacional, al enfatizar su gran acierto por asistir a los foros empresariales sin recalcar que también el resto de los candidatos hicieron lo mismo.

Mari Carmen Cortés (conductor): Pero también estuvieron ahí, Patricia Mercado y Bernardo de la Garza. Pero también estuvo Felipe Calderón. ¿qué fue lo que dijo?. Que en las encuestas ya está repuntando. Veamos que es lo que dijo, en esta reunión del Mercado de Valores:

“Necesitamos tomar la decisión para que un inversionista pueda asociarse con PEMEX y poner una refinería. Yo me pronuncio abiertamente porque haya una inversión complementaria a la de PEMEX, a la del Estado”.

Marco Antonio Mares (conductor): Esos, la verdad es que son compromisos serios, contundentes, porque son abiertos, porque sale Calderón a decirlos, a hacerlos. Pero bueno, vamos a ver qué es lo que dice Roberto Madrazo, otra vez, en otro de los foros.

“Vamos a llevar los compromisos de este acuerdo, en la plataforma electoral de nuestro partido y esto es un hecho concreto, con el que el PRI entra en compromisos para poder avanzar y que el acuerdo no se quede en buenas intenciones”.

José Yusté (conductor): Bueno, sin lugar a dudas, el que más aprovecho todos estos foros fue Felipe Calderón. Yo creo que es el que más aprovecho. Pero no sólo fue al Mercado de Valores, sino también a la Convención de industriales, organizado por la CONCAMIN.

Sinceramente, yo no entendí lo que paso con López Obrador. Roberto Madrazo y Felipe Calderón, si se comprometieron a respetar las elecciones. López Obrador no va a este acuerdo impulsado por Carlos Slim. Además, aquí yo hago una aclaración: ¿realmente hay una separación entre Carlos Slim y López Obrador?

Por otra parte, en la entrevista al presidente Vicente Fox Quezada, realizada por la conductora Mari Carmen Cortés, no se presentan cuestionamientos o evaluaciones sobre el trabajo del mandatario. Es decir, el discurso crítico que propicie reflexiones en torno al gobierno federal, no son establecidas, demostrándose la política tendenciosa en los programas de televisión, que se refuerza por las opiniones de los conductores después de la transmisión de la entrevista, que favorecen a Fox. Veamos a continuación las preguntas de la conductora y las opiniones vertidas de los otros conductores:

¿Cuál es la prioridad del presidente de México, para este último año de gobierno?

México, ya fue invitado a formar parte del MERCOSUR, va haber una cumbre en diciembre a la que está invitado el presidente Vicente Fox, ¿va a ir, o no?

¿Habrá reconciliación con Chávez?

Marco Antonio Mares (conductor): Oye, pero que buena entrevista. Yo creo que hay un buen balance para los propósitos por su último año de gobierno, en donde dice algunas verdades ciertas y contundentes en materia económica. Sobre todo, que han hecho la tarea en materia de deuda, que se va a mantener el crecimiento. Ahí, donde el crecimiento ha sido muy menor respecto a lo que necesita el país. Y también en materia de empleos, nos hace falta mucho todavía, pero bueno, son propósitos muy buenos para su último año de gobierno.

José Yusté (conductor): Desde luego, yo creo que el presidente es muy optimista en el sentido del crecimiento. Hemos crecido muy poco, pero tenemos estabilidad, baja deuda.

Mari Carmen Cortés (conductora): Llevamos alrededor de 660 mil empleos este año. Es poco, pero bueno, es el año record en creación de empleo.

José Yusté (conductor): El problema es que muchos de estos empleos, no son empleos permanentes, siguen siendo temporales.

Mari Carmen Cortés (conductora): Aún así, vamos a cerrar el 2005, con un record histórico en creación de empleos en cuanto a número. Lastima que se perdieron otros más pero, bueno.

El plano más utilizado en la emisión, es el plano medio sobre la figura de los conductores. Asimismo, se presentan tomas abiertas que permiten observar todo el escenario. En la pantalla aparece texto sobre cifras en relación a los cinco vehículos más robados y las cinco entidades con mayor número de vehículos robados. Pero sin explicar el diagnóstico de esta problemática, ni las posibles soluciones.

RESULTADOS

El estudio de los diecisiete programas grabados de contenido político¹⁸ transmitidos en la televisión abierta en México, proporciona los siguientes resultados:

Los subgéneros que se identificaron en este tipo de programas son: debate político , entrevistas, noticieros, análisis político, reportaje, documentales, revista informativa y comedia política, derivados del género información.

Los temas que consideran los programas están referidos al narcotráfico, salud, pobreza, población, gobierno, seguridad nacional, economía, corrupción, política, medios ambiente, cultura nacional, indigenismo, y educación.¹⁹

¹⁸ Son programas cuyos contenidos se centran en la descripción, análisis o información de los asuntos políticos y públicos nacionales o internacionales.

En relación al tratamiento del tema, en diez programas se realiza una mayor explicación pero sigue siendo incompleto; cinco de ellos tratan los temas de forma escueta sin explicación profunda; y sólo dos, con mayor profundidad y análisis basado en argumentos científicos (teóricos, históricos) y opiniones.

Los programas están conducidos por diecisiete periodistas, y siete académicos e investigadores. Ningún programa es conducido por un líder partidista o funcionario público. En relación a los invitados, lo encabezan los funcionarios públicos y líderes partidistas con catorce participaciones en los distintos programas, seguidos de académicos e investigadores políticos y sociales, con cinco colaboraciones. Empleados del sector privado empresarial participan con dos intervenciones. Solamente se presenta un invitado de la organización civil y social.

La presencia de las audiencias o públicos consistentes en llamadas telefónicas o mensajes por correo electrónico, así como de sondeos de opinión, se presenta en ocho de los diecisiete programas.

¹⁹ Sobre estos temas generales, se desprenden otros subtemas como: desastre social, familia, funcionarios de Estado, campesinos mexicanos indocumentados, dirigentes políticos, secuestros, asesinatos, agentes de la PGR y PFP, frontera México-EU, delincuencia, finanzas, candidaturas independientes, Partido de la Revolución Democrática y Marcos, personajes históricos, presidentes de la república, danza folklórica nacional, Palacio Nacional de Bellas Artes, identidad nacional, moda, impunidad, estética, estereotipos culturales, justicia, servidores públicos, desarrollo sustentable, elección interna del Partido Acción Nacional para elegir candidato a la Presidencia de la República, actividades de la pareja presidencial después de terminado el periodo de gobierno de Vicente Fox, conflictos internos en el Partido Revolucionario Institucional, relación política entre el presidente Vicente Fox Quezada y el precandidato a la elección presidencial de 2006, Felipe Calderón, narcotráfico e iglesia, toma de posesión de Enrique Peña Nieto a la gubernatura del Estado de México, la elección presidencial de México en 1988, precampaña electoral para la Presidencia de la República, manifestaciones, desastres naturales, aprobación de leyes, plantones, finanzas, desarrollo urbano y vivienda en el Estado de México, eutanasia, deportes, careos, paro de labores, comunidades indígenas, actividades de los precandidatos en campaña, película cinematográfica, festival cultural, la nueva ley del mercado de valores, campaña electoral para la Presidencia de la República y foros empresariales, pago de gasolina, prioridades económicas del Gobierno Federal, tratados comerciales, relaciones intergubernamentales entre México y Venezuela. OCDE (Organización para la Cooperación Económica), banca privada, crisis económica, FOBAPROA, leyes financieras, funcionarios financieros y empresarios, turismo y desarrollo artesanal, migración, China, terrorismo, modernidad.

En la mayoría de los programas realizados en estudios de grabación, los conductores presentan una imagen seria representada en su conducta, rostro y vestido compuesto de trajes de color oscuro. Solo en dos programas, se distingue una variación, al presentarse los conductores con ropa causal. En relación a la descripción del escenario, predomina la mesa en el centro, y los colores empleados de fondo suelen ser color azul, negro, gris, con variantes como el color rojo.

El discurso que predomina entre los conductores y colaboradores, es el discurso político gubernamental y social²⁰. En todos los programas de televisión, en el caso del discurso gubernamental y en quince programas en el caso del discurso social. También se emplea el discurso sindical (en un programa), el económico (en cinco programas), el electoral (en cuatro programas) y el cultural (en tres programas). En el caso del discurso informativo, este es utilizado en once de los diecisiete programas estudiados. Mientras que el discurso polémico en siete programas, y su contraparte, el discurso didáctico en tres programas. El discurso ordenado de ideas y argumentos en dos programas. El discurso oficialista en catorce programas, el discurso pluralista en un solo programa, el discurso oficioso en cinco programas, el discurso histórico en ocho programas y el discurso coyuntural en catorce programas.

En relación a los invitados, el discurso político gubernamental y social se presenta en trece programas; mientras que el discurso económico, en cuatro programas; y el electoral, cultural y partidista, en un solo programa. Por otra parte, tanto el discurso informativo como el polémico, se presentan en cuatro programas; el discurso didáctico en dos programas, el discurso ordenado de ideas y argumentos en dos programas; el discurso fonéticamente

²⁰ Suele provenir del sector gubernamental-institucional, de parte de funcionarios o servidores públicos, así como de líderes partidistas o representantes populares, dirigido a asuntos sociales y políticos, cuyos intereses son públicos o comunes a todos.

agradable y ambiguo en cinco programas, el discurso oficialista obtiene el primer lugar , ya que se presenta en once programas. El discurso oficioso, en tres programas; el discurso histórico en seis programas; el discurso coyuntural en doce programas. En ninguno, se presenta un discurso pluralista.

Finalmente, la opinión pública establece en cuatro programas, un discurso político dirigido a la cuestión social, y a lo económico y gubernamental en una sola emisión. Mientras que el discurso informativo, esta presente en tres programas; el discurso oficialista en un programa; el discurso oficiosos y coyuntural en tres programas No se utilizan el discurso polémico, el pluralista, el didáctico, el discurso ordenado de ideas y argumentos, y el fonéticamente agradable y ambiguo.

Los tres planos de la imagen que se consideran en esta investigación (primer plano, plano medio y plano general), son empleados en todos los programas de televisión. Solamente el primer plano no se utiliza en ocho de los diecisiete programas grabados.

De manera general, el texto es utilizado como complemento de la imagen, en la explicación de los diversos temas presentados, a partir de la enunciación de una o varias palabras que resumen el contenido. También para conocer el nombre y categoría de los conductores, invitados, reporteros y editores que participan en los diversos programas y para establecer la estructura de los mismos como el nombre del programa, el tema a tratar y las diferentes secciones que componen los programas. En algunos casos, el texto es utilizado para difundir su página de Internet, los teléfonos y el correo electrónico para que el público opine sobre los temas que se difundes en los programas.

INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIONES

El contenido de la televisión abierta en México se caracteriza por asumir como principal función la del entretenimiento a través de la realización y transmisión de programas que abarcan distintos géneros que aparentemente son diversos, pero que en realidad tienen un mismo esquema trazado y definido orientado hacia la descripción de la vida cotidiana relacionada con la espectacularidad, la banalidad, la superficialidad, que a la par funciona con valores ligados a la producción del mercado y la publicidad, donde el ser humano o los sujetos son vistos como mercancía.

En este contexto, a pesar de jurídica, política y socialmente, los medios electrónicos como la televisión pertenecen al Estado mexicano, amplios sectores mayoritarios importantes que constituyen y sustentan a nuestro país, quedan excluidos en el manejo o control y administración de estos medios de comunicación masivos. Reservándose el poder mediático en referencia a la emisión de la comunicación, a contados grupos económicos, que día a día se benefician de las ganancias millonarias que proporciona la industria del entretenimiento a través de la televisión. En este sentido, las necesidades sociales de información, educación y cultura quedan relegadas a instancias menores y solo recordadas minimamente en la programación, en pequeños y casi imperceptibles espacios, que finalmente se adecuan con las expectativas del público mexicano acostumbrado a mirar cosas contrarias.

A grandes rasgos, todo esto representa nuestra televisión mexicana, que con el tiempo se ha rezagado en relación con la cultura política. Y es que en realidad, nunca ha sido un vehículo democratizador, que demuestre y contribuya a la formación de una cultura nacional, que describa nuestras raíces y de lo que está compuesto nuestro país, con sus particularidades y su diversidad. Más bien, ha sido transmisor de ideas homogéneas, porque el objetivo principal de quienes la controlan (tanto el sector privado como el sector gubernamental), es

mantener la estabilidad política y social a través de un control ideológico sobre los sectores desprotegidos, para que los privilegios se reserven solo a los más poderosos.

El conocimiento y la información de la vida política, es un derecho universal reconocido, que permite el desarrollo adecuado de la comunidad política nacional, a partir de que los individuos que componen el Estado conocen su entorno político y social, motivándose a realizar prácticas políticas que contribuyan al mejoramiento de la convivencia social. En este marco, los medios de comunicación masivos, son elementos socializadores importantes, en la medida, de que su funcionamiento se destine a difundir educación y cultura política.

En la actualidad y de manera histórica, está función de la televisión abierta en México, no se cumple. En primer lugar, debido a la desigualdad programática entre aquellas emisiones de entretenimiento frente a las informativas y de educación y cultura, que ni siquiera representan el cincuenta por ciento de la programación. En segundo lugar, porque entre los programas de contenido educativo y cultural encaminados al ámbito político, se muestra una tendencia antidemocrática al excluir en sus emisiones al sector social organizado y por el contrario otorgar mayores espacios a los funcionarios públicos y líderes políticos pertenecientes a la clase política. Esto hace posible que el discurso político principal que se emplea sea oficialista y fonéticamente agradable y ambiguo, excluyéndose por lo tanto, el discurso pluralista, de oposición, oficioso, ordenado de ideas y argumentos con peso histórico y social, que enuncie la desigualdad y crisis nacional.

En tercer lugar, porque el tratamiento de los temas suele ser disminuido debido al tiempo dedicado a cada tema y el tipo de abordaje que se hace sobre estos, que generalmente se relacionan con las acciones de gobierno. Por lo tanto, no existe diversidad de temas, ya que se seleccionan en base a sucesos recientes o coyunturales como las campañas electorales, que son citadas con frecuencia en distintos programas de contenido político, pero que no por ello,

garantizan un entendimiento real sobre lo que ocurre en los procesos electorales. Esto significa que el problema radica en que no existe la intención por explicar de manera más completa los fenómenos políticos y sociales tanto históricos como coyunturales, sustentadas en argumentos históricos, con ideología crítica que desentrañe los orígenes estructurales y sistémicos y por tanto evidencie la complicidad de las clases reales de poder que actúan determinadas por sus intereses de grupo y personales y que establecen la problemática sociopolítica de nuestro país. Es decir, otro elemento de exclusión es la propia historia nacional.

En cuarto lugar, a pesar de que la mayoría de los conductores son periodistas, quienes frente a los funcionarios públicos y líderes políticos cuentan con mayor credibilidad, se percibe la ausencia total de una ideología crítica²¹ que cuestione la situación de desigualdad y crisis vivida en la actualidad. Por tal motivo, a partir de esta ausencia crítica y por la pérdida de credibilidad de los periodistas, hoy en día, la televisión abierta en México, en relación a los programas de contenido político, se apoya en la conducción, de académicos e investigadores, quienes por falta de tiempo y de auditorio, no desarrollan todas las ideas.

Todas estas características se presentan porque la televisión abierta, esta condicionada por la publicidad, que determina el horario, la duración, el contenido y el formato de los programas, impidiendo nuevas formas de realización, más incluyentes, plurales y con mejor calidad de contenido delineada de problemáticas que afectan a todos los sectores componentes del país. Por lo tanto, no existe una intención por cambiar o transformar la manera de hacer televisión.

²¹ Es aquella ideología relacionada a la libertad de expresión, totalmente abierta, que intenta cuestionar de manera racional la situación coyuntural e histórica a través de la exposición de los hechos ocurridos, sin limitaciones, ni exclusiones derivadas de intereses personales.

En este sentido, la cultura política de la televisión abierta²² se caracteriza por transmitir valores, actitudes y costumbres que desalientan y contribuyen a la despolitización, al no existir en sus prioridades de organización y desarrollo, una verdadera inclusión y ampliación de sus contenidos compuesto de discursos, temas e ideología crítica y objetiva que explique la realidad política y social. No representa un lugar donde se exprese la voz de todos los sectores sociales y políticos que integran el Estado mexicano, por el contrario, solo se percibe la presencia de los funcionarios públicos y líderes políticos quienes utilizan un discurso fonéticamente agradable, ambiguo y oficialista.²³

En la televisión mexicana predomina la imagen sobre las ideas, la espectacularidad de la escenografía de los estudios de grabación, frente a los argumentos sólidos, la apariencia de los conductores, frente a los discursos controlados que confunden y manipulan al público. Discursos que descontextualizan, que descomponen y atrofian la realidad. Bajo este esquema, se demuestra claramente la cultura política antidemocrática de la televisión, que lejos de contribuir como vehículo socializador a cimentar bases sólidas en la educación cívica y cultura política democrática caracterizada por principios de igualdad, tolerancia y respeto hacia los otros, se desarrolla en torno de valores, actitudes y comportamientos excluyentes, apartados de la pluralidad y diversidad latente en nuestra sociedad.

²² Es aquel conjunto de valores, costumbres y actitudes hacia los objetos políticos (instituciones, actores, procesos) identificados en la programación de televisión abierta, cuyos contenidos tratan específicamente sobre asuntos políticos y públicos.

²³ Existen excepciones en la televisión abierta mexicana, como el programa “Primer Plano”, transmitido en el Canal 11, en el horario de 10:00 a 11:00 pm, los lunes y “Antesala”, de Canal 22, transmitido a las 2:30 pm los sábados y repetido a las 12:00 de la noche, los domingos. El resto de los programas muestran estas características.

CONCLUSIONES

La situación de la comunicación masiva transmitida en los medios audiovisuales en América Latina se caracteriza por la concentración y centralización ejercida por grupos de comunicación que obstaculizan la diversidad y pluralidad cultural en los contenidos transmitidos cuya producción se encuentra ligada a la cuestión comercial sostenida por niveles importantes de publicidad, que a su vez requiere para su mantenimiento, la producción y transmisión de programas que buscan entretener al auditorio, más que informar, educar y cultivar, a partir de la divulgación de expresiones artísticas, científicas, históricas que procuren mostrar las tradiciones y costumbres de la región latinoamericana.

Sobre todo en las últimas décadas, esta tendencia se ha empeorado debido a las políticas económicas implementadas en los Estados latinoamericanos, que propician que la producción y transmisión culturales quede auspiciado por grupos privados que cuentan con poderío económico e influencia política, relegándose el papel del Estado que se convierte en regulador y simple observador de la libertad de mercado. En este contexto, las consecuencias de dicha concentración y centralización en la comunicación masiva, son reflejadas en la nulidad de la diversidad y pluralidad de los contenidos televisivos, así como en los otros medios.

Un caso que ejemplifica debidamente esta situación, es lo que ocurre en la televisión abierta en México y que por ende sirve para comprender la situación de este medio en la región latinoamericana, toda vez que las tendencias socio-políticas, pero sobre todo económicas tienen similitudes y repercusiones en el ámbito de la comunicación masiva.

En este sentido, a partir del estudio realizado de la televisión abierta en México, consistente en el análisis de la programación de contenido político transmitido por los canales que la componen y de una revisión histórica y conceptual que permitió conocer el contexto socio-político y económico en el que se desenvuelve y que condiciona su funcionamiento, concluimos claramente que este medio masivo, en su carácter de socializador político, junto a la familia, la escuela, la iglesia y los grupos de pares, transmite una cultura política alejada de principios democráticos plurales, diversos e igualitarios, que la convierte en autoritaria, al no responder a las necesidades sociales de información, cultura y educación política, delineada por intereses privados y comerciales, sustituyendo a los de la sociedad mayoritaria, que necesita urgentemente espacios de difusión para incrementar sus conocimientos políticos y sociales, como parte activa del Estado.

El estudio realizado sobre la televisión abierta como socializadora de cultura política en México, también muestra visiblemente, la tendenciosidad y la manipulación ejercida por quienes injustamente controlan los mensajes de televisión. En el ámbito político, esta situación resulta doblemente problemática, al no ser un espacio de difusión y divulgación de conocimientos sobre la vida política y social de nuestro país y el mundo, al remitirse solamente a la función informativa de forma insuficiente, por el tratamiento que hacen sobre la misma.

En este sentido, los ciudadanos (sobre todo aquellos que cuentan solo con señal abierta de televisión) se ven desprotegidos al no contar con el apoyo mediático, en la transmisión de programas que procuren informar, difundir y divulgar de manera democrática asuntos importantes relativos a la vida estatal, como las actividades de las instituciones político-administrativas de los órganos de gobierno, de las organizaciones sociales nacionales e internacionales encargadas de promover los derechos humanos, de las actividades de los

partidos políticos y de las acciones del gobierno en todos los ámbitos: a nivel federal, estatal y municipal. Con el objetivo, de que los ciudadanos evalúen el quehacer estatal, y a partir de ello, decidan realmente el rumbo que debe tomar el país, no sólo a través de su participación electoral, al emitir su voto, sino también, a partir de otros espacios políticos y sociales en el que actúan y que poco a poco deberán consagrarse jurídicamente para obtener legalidad.

Por ello la importancia de que en la televisión abierta, aumenten programas de contenido plenamente político, que no deben reducirse solo a horarios nocturnos específicos, o a noticiarios estructurados con fines comerciales, que abarcan espacios mínimos en la programación televisiva; cuando debiera ser todo lo contrario, ya que como bien indica Giovanni Sartori “...todos (los medios) son relevantes y tienen relación con la democracia, la cual supone un demos relativamente informado, por lo tanto una democracia sin medios, con un público totalmente a oscuras, en un vacío de noticias parece casi inconcebible...”¹

Pero además de programas que difundan el quehacer estatal, es necesario la realización de otros, enmarcados por conocimientos científicos en el ámbito político (que abarquen teoría, filosofía e historia de las ideas políticas), que posibiliten el análisis, debate, discusión y evaluación en torno al comportamiento de los actores, instituciones y procesos políticos frente a la sociedad civil. Que consideren temas relacionados a los derechos y obligaciones de los mexicanos en el espacio público y privado, en su carácter de ciudadanía.

Si se quiere un Estado democrático, se necesitan medios de comunicación más democráticos, sobre todo los masivos. Esto implica que en su programación se incluyan a todos los sectores componentes del país, como el académico, artístico, a la sociedad organizada, al trabajador (empleado u obrero y campesino), al indígena y no solamente al sector gubernamental, empresarial o financiero. Para ello se deben ampliar los espacios a productores independientes

¹ Sartori, op.cit., p. 38

que realicen programas cuyos contenidos fortalezcan la cultura y educación nacionales, que contribuyan al crecimiento intelectual de la sociedad, en el cual se maneje un discurso político distinto al oficial proveniente del sector gubernamental, que transite a uno más plural y crítico, que cuestione la realidad del país.

Por lo tanto, es necesario que las empresas que administran los canales de televisión abierta a través de permisos y concesiones, sin importar su carácter comercial, obligatoriamente cambien su programación para cumplir con objetivos de servicio público y social, ya que los medios electrónicos pertenecen a todos. En este sentido, deben aceptar que el cincuenta por ciento de la programación televisiva deba componerse de contenidos que fortalezcan la integridad cultural, política y social de la ciudadanía mexicana, a partir de la transmisión de programas que difundan y promuevan valores, conocimientos, costumbres y actitudes esencialmente democráticos, que permitan una mejor comprensión de la vida política a nivel estatal y familiar. Toda vez que jurídica, política y socialmente se tiene derecho a ello. La cultura política nacional y local debe transitar a una estado más democrática, que posibilite a su vez mayor transparencia en el trabajo del gobierno, a partir del comportamiento político de la sociedad civil y política, que indudablemente debe mejorar y fortalecerse apoyada de vehículos socializadores como los medios masivos de comunicación. En este sentido, debe exigirse que la televisión (no sólo la abierta), como socializadora de cultura política en nuestro país contribuya en este proceso de cambio democrático.

Esta tarea resulta complicada en su realización, por los intereses creados alrededor de la televisión mexicana, cimentados desde hace mucho tiempo de manera histórica y estructural, que dificultan su papel como socializador de cultura política. Sin embargo, creemos que es posible su transformación a partir de exigencias sociales más que

gubernamentales, que permitan su contribución en la formación, cultura y educación política de los mexicanos.

ANEXO No. 1
NOTIERO CON JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA
CANAL 2, TELEVISIA

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	GENERO DEL PROGRAMA	Informativo (presentación de noticias)
	HORARIO	10:30 a 11:20 pm, de lunes a viernes
	DESARROLLO	Encabezado por un solo conductor, quién presenta noticias de manera breve sobre política, economía y aspectos sociales, sin una separación. Las noticias se transmiten a través de entrevistas y discursos de los reporteros. Cuenta con una serie titulada “Los reporteros” y una sección de opinión con reconocidos analistas.
	TEMAS	1.Desastre social , 2. Familia , 3. Narcotráfico, 4. Funcionarios de Estado, 5. Nave espacial, 6. Acciones del gobierno federal, 7. Indígena, 8.Campesinos mexicanos indocumentados, 9. Dirigentes políticos, 10. Secuestro, 11. Asesinato, 12. Agentes de la PGR y PFP, 13. Frontera México- EU, 14. Delincuencia, 15. Finanzas.
	CONDUCTOR (ES)	Joaquín López Doriga (periodista)
	COCONDUCTOR O COLABORADORES	×
	INVITADOS	×
	UTILIZACIÓN DE TEXTO	✓
	UTILIZACIÓN DE IMAGENES	✓
DISCURSO DEL PROGRAMA	TRATAMIENTO DEL TEMA	Escueto sin explicación profunda
	DISCURSO DEL CONDUCTOR (ES) Y COCONDUCTOR (ES)	Discurso político (gubernamental, social, sindical, económico), informativo oficialista, didáctico, histórico y coyuntural.
	DISCURSO DE LOS INVITADOS	×
	DISCURSO DE LAS AUDIENCIAS	×

	DISCURSO DEL TEXTO		<p>Bajo el volcán/ Golpe histórico./ ¿Tiró la toalla?/ Misión cumplida./ Drama en la frontera. Nombres de los entrevistados y del reportero junto a su imagen. Erupción volcán Chichonal: 2500 personas murieron sepultadas, la cabecera de Fco. León desapareció, y 4 municipios fueron alcanzados. Decomiso, Indigente. Olor a México. Secuestradores. Liberados. Enseguida. “La reservación de la muerte”: Tohono. Investigaciones especiales: Guillermo López Portillo. Reporteros, productor, camarógrafos. Reclamación. Finanzas.</p> <p>El texto es utilizado como referente para explicar la noticia que se está presentando, a partir de la enunciación de una o varias palabras que resumen el contenido de esta. También, para informar sobre el nombre de los entrevistados y su función o papel social y de los reporteros para identificarlos.</p>
IMAGEN DEL PROGRAMA	DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO		Emula un centro de trabajo, donde se observa en la parte de atrás a diversos empleados. En el centro del escenario hay una mesa redonda, donde se encuentra el conductor, aunque también se desplaza hacia otro punto del mismo, que en su totalidad es de color azul con negro.
	IMAGEN DEL CONDUCTOR O CONDUCTOR (ES)		El conductor es presentado con vestimenta seria y formal, de traje, con un rostro duro y serio.
	IMAGEN DE LOS INVITADOS		×
	PLANOS UTILIZADOS	PRIMERO	×
		MEDIO	✓
		GENERAL	✓
SE PRESENTAN O NO IMÁGENES QUE CONCUERDAN CON EL TEMA EXPUESTO		SI	

ANEXO No. 2
ZONA ABIERTA
CANAL 2, TELEVISIA

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	GENERO DEL PROGRAMA	Informativo (mesa de discusión)
	HORARIO	12:00 a 1:00 am, los jueves
	DESARROLLO	Consiste en el análisis de temas sobre asuntos políticos, económicos y sociales, a partir de opiniones de diversos invitados como investigadores, funcionarios públicos o dirigentes políticos. Hay un solo conductor, quién opina y pregunta a los invitados. Así mismo se compone de espacios que supuestamente están fuera del aire, donde se observa a los invitados y al conductor debatir o comentar sobre el tema. Antes de reiniciar el programa, después de los comerciales, se presenta un sondeo que consiste en preguntarle a la gente sobre el tema discutido en el programa.
	TEMAS	Narcotráfico
	CONDUCTOR (ES)	Héctor Aguilar Camín (escritor)
	COCONDUCTOR O COLABORADORES	×
	INVITADOS	Ramón Martín Huerta, Secretario de Seguridad Pública Daniel Cabeza de Vaca, Procurador General de la República
	UTILIZACIÓN DE TEXTO	✓
	UTILIZACIÓN DE IMÁGENES	×
	DISCURSO DEL PROGRAMA	TRATAMIENTO DEL TEMA
DISCURSO DEL CONDUCTOR (ES) Y COCONDUCTOR (ES)		Discurso político (gubernamental, social), informativo, oficioso, polémico, coyuntural
DISCURSO DE LOS INVITADOS		Discurso político (gubernamental, social), informativo, fonéticamente agradable y ambiguo, oficial, histórico y coyuntural
DISCURSO DE LAS AUDIENCIAS		Discurso político (social), oficioso, polémico y coyuntural.

		<p>Zona Abierta. Héctor Aguilar Camín. Aparece la página de internet: zonaabierta@nexos.com.mx Ramón Martín Huerta, Secretario de Seguridad Pública y Daniel Cabeza de Vaca, Procurador General de la República Numeralias: Número de ejecuciones del narco en lo que va del 2005:800; Número de desertores del ejército: 383</p> <p>El texto es empleado para separar la estructura del programa (como Fuera del aire), para difundir su página de internet, para establecer el nombre y función de los invitados y presentar algunos datos derivados del tema que se está abordando.</p>	
IMAGEN DEL PROGRAMA	DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO	Está compuesto principalmente por una mesa redonda donde el conductor e invitados comentan sobre el tema específico a tratar. Atrás, está una pantalla con el texto Zona Abierta, de color rojo.	
	IMAGEN DEL CONDUCTOR (ES) O COCONDUCTOR (ES)	El conductor es presentado con vestimenta seria y formal, de traje. Su conducta es seria y formal.	
	IMAGEN DE LOS INVITADOS	Se presentan con vestimenta seria y formal, de traje. Su conducta es seria y formal.	
	PLANOS UTILIZADOS	PRIMERO	✓
		MEDIO	✓
		GENERAL	✓
SE PRESENTAN O NO IMÁGENES QUE CONCUERDAN CON EL TEMA EXPUESTO		NO	

ANEXO No. 3
PRIMER PLANO
CANAL 11, INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	GENERO DEL PROGRAMA	Informativo (mesa de discusión)
	HORARIO	10:00 p.m. a 11:00 p.m. los lunes
	DESARROLLO	Consiste en el análisis político, social y económico a partir de comentarios de diversos analistas políticos dedicados al periodismo, la docencia e investigación en torno a cuatro temas relevantes a nivel nacional o internacional durante la semana o durante ese día. Cada uno de ellos comienza con una introducción de cada tema que se discute alrededor de 15 minutos, dicha introducción tienen una duración de 5 o 6 minutos, para posteriormente ceder la palabra a los demás participantes.
	TEMAS	1. Corrupción, 2. Candidaturas independientes. 3. Partido de la Revolución Democrática y Marcos 4. Medio Ambiente
	CONDUCTOR (ES)	Lorenzo Meyer, Sergio Aguayo, José Antonio Crespo, Francisco Paoli (analistas)
	COCONDUCTOR (ES) O COLABORADORES	×
	INVITADOS	×
	UTILIZACIÓN DE TEXTO	✓
	UTILIZACIÓN DE IMAGENES	×
DISCURSO DEL PROGRAMA	TRATAMIENTO DEL TEMA	Con mayor profundidad y análisis basado en argumentos científicos (teóricos, históricos) y opiniones.
	DISCURSO DEL CONDUCTOR (ES) Y COCONDUCTOR (ES)	Discurso político (gubernamental, social, electoral), informativo, polémico, pluralista, ordenado de ideas y argumentos, oficioso histórico y coyuntural.
	DISCURSO DE LOS INVITADOS	×
	DISCURSO DE LAS AUDIENCIAS	×

	DISCURSO DEL TEXTO	<p>Objetividad, debate, opinión, política, análisis, conclusión, pluralidad. Lorenzo Meyer, Sergio Aguayo, José Antonio Crespo, Francisco Paoli.</p> <p>El programa inicia mostrando estas palabras junto con el rostro de los conductores (analistas), pretendiendo indicar lo que representa el programa y hacia donde va dirigido. Asimismo, a través del texto se establece el nombre de los analistas.</p>	
IMAGEN DEL PROGRAMA	DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO	El escenario cuenta con un fondo negro, así como el vestuario de los analistas, quienes discuten sobre diversos temas alrededor de una mesa rectangular. Predomina el primer plano. Al final de la discusión de cada tema se muestra un plano general donde se observa todo el escenario y a los cuatro conductores. Antes, en la opinión que hace cada uno se muestra sólo su rostro en un primer plano.	
	IMAGEN DEL CONDUCTOR (ES) O COCONDUCTOR (ES)	Todos visten de negro, sus rostros son serios.	
	IMAGEN DE LOS INVITADOS	✘	
	PLANOS UTILIZADOS	PRIMER	✓
		MEDIO	✓
		GENERAL	✓
SE PRESENTAN O NO IMÁGENES QUE CONCUERDAN CON EL TEMA EXPUESTO	NO		

ANEXO No. 4
ESPIRAL
CANAL 11, INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	GENERO DEL PROGRAMA	Informativo (mesa de discusión)
	HORARIO	10:00 p.m. a 11:00 p.m. los miércoles
	DESARROLLO	El programa se basa en opiniones, comentarios y propuestas de cuatro invitados (periodistas, funcionarios, empresarios e analistas) sobre diferentes temas derivados de asuntos políticos y sociales. El conductor hace una serie de preguntas que los invitados deben contestar en un determinado tiempo. Concretamente, estos cuentan con seis minutos para su argumentación inicial divididos en tres turnos de 1, 2 y 3 minutos respectivamente. Ellos deben escoger los minutos para contestar las preguntas del conductor. Al final los diversos invitados se remiten a establecer propuestas y conclusiones.
	TEMAS	Quinto año de gobierno. El resultado de las Políticas Públicas.
	CONDUCTOR (ES)	Francisco Zea (periodista)
	COCONDUCTOR O COLABORADORES	×
	INVITADOS	Licenciado Vicente Fox Quezada, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos. Ingeniero José Luis Barraza, Presidente del Consejo Coordinador Empresarial. Jaime Sánchez Sussarrey analista político de la Universidad de Guadalajara. Leonardo Curzio, Director de Noticias de NRM comunicaciones.
	UTILIZACIÓN DE TEXTO	✓
	UTILIZACIÓN DE IMAGENES	✓
DISCURSO DEL PROGRAMA	TRATAMIENTO DEL TEMA	Con mayor profundidad, pero incompleto
	DISCURSO DEL CONDUCTOR (ES) Y COCONDUCTOR (ES)	Discurso político (gubernamental, social, económico), informativo, oficialista y didáctico.
	DISCURSO DE LOS INVITADOS	Discurso político (gubernamental, empresarial, social), Didáctico, fonéticamente agradable y ambigüo, oficialista y coyuntural.
	DISCURSO DE LAS AUDIENCIAS	×

	<p>DISCURSO DEL TEXTO</p>	<p>Debate, propuesta, argumento. Francisco Zea, conductor. Quinto año de gobierno. El resultado de las Políticas Públicas. Licenciado Vicente Fox Quezada, (Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos). Ingeniero José Luis Barraza, (Presidente del Consejo Coordinador Empresarial). Jaime Sánchez Sussarrey (Analista Político de la Universidad de Guadalajara). Leonardo Curzio, (Director de Noticias de NRM comunicaciones). Texto que aparece en la pantalla, junto al discurso oral del invitado.</p> <p>Propuestas: -Reformas estructurales. -Estado de derecho. -Coordinación de todos los niveles de gobierno. -Mejor procuración de justicia.</p> <p>Propuestas: -Garantizar que la elección del 2006 sea tersa. -Qué el presidente de la República guarde distancia en el proceso electoral.</p> <p>Propuestas: -Pensar que tenemos un país que cuidar. -Los incentivos para cooperar son mejores hoy. -El pueblo de México tiene memoria. -Inspirarnos en países que tienen éxito. -Democracia. -Respeto a la ley y Estado de derecho. -Libre mercado, con responsabilidad social.</p> <p>El texto es utilizado para establecer la consistencia del programa, así como para establecer el nombre del conductor y de los invitados.</p> <p>Al final del programa el texto se utiliza para simplificar las propuestas y conclusiones de los invitados.</p>
<p>IMAGEN DEL PROGRAMA</p>	<p>DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO</p>	<p>Los invitados están sentados frente al conductor</p>
	<p>IMAGEN DEL CONDUCTOR (ES) O COCONDUCTOR (ES)</p>	<p>El conductor viste de traje. Es serio y parco</p>
	<p>IMAGEN DE LOS INVITADOS</p>	<p>Al igual que el conductor, a excepción del Presidente de la República Vicente Fox Quezada (quien viste con una camisa), los invitados visten de traje. Su comportamiento es serio.</p>

PLANOS UTILIZADOS	PRIMER	✓
	MEDIO	✓
	GENERAL	✓
SE PRESENTAN O NO IMÁGENES QUE CONCUERDAN CON EL TEMA EXPUESTO		Si, en la introducción, se muestran imágenes del triunfo electoral de Vicente Fox el 2 de julio del 2000, en el ángel de la Independencia. Del Congreso de la Unión y el trabajo legislativo y, sobre el funcionamiento de los programas de gobierno de Vicente Fox en México.

ANEXO No. 5
ENTRE LO PÚBLICO Y LO PRIVADO
CANAL 13, TV AZTECA

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	GENERO DEL PROGRAMA	Informativo (entrevistas)
	HORARIO	12:00 a 1:00 am
	DESARROLLO	El programa consiste en entrevistas realizadas a diversos líderes de opinión relacionados con la política, la cultura, los deportes y espectáculos. Los conductores les hacen preguntas relacionadas con su vida personal, con sus actividades profesionales y su opinión sobre asuntos políticos y públicos.
	TEMAS	Los temas que se consideran son diversos, es decir no hay un tema específico que delinea la entrevista a los invitados. En el caso de esta emisión, algunos de los temas diversos que se contemplaron son los siguientes: futuro y deseos para México, personajes históricos, gobierno y sociedad, Presidentes de la República, Danza Folklórica Nacional, Palacio de Bellas Artes, identidad nacional, políticas públicas dirigidas a la cultura, moda, impunidad, estética, estereotipos culturales, justicia, servidores públicos, desarrollo sustentable.
	CONDUCTOR (ES)	Andrés Roemer (Dr. Políticas Públicas) y Katia D´ Artigues (Periodista)
	COCONDUCTOR O COLABORADORES	×
	INVITADOS	Alejandro Rosas ,Historiador. Nieves Paniagua ,Directora de la Compañía Nacional de Danza Folklórica. Armando Mafud, Diseñador.
	UTILIZACIÓN DE TEXTO	✓

	UTILIZACIÓN DE IMAGENES	✓	
DISCURSO DEL PROGRAMA	TRATAMIENTO DEL TEMA	Escueto sin explicación profunda	
	DISCURSO DEL CONDUCTOR (ES) Y COCONDUCTOR (ES)	Discurso político (gubernamental, cultural, social), informativo, polémico, oficial, histórico, coyuntural	
	DISCURSO DE LOS INVITADOS	Discurso político (gubernamental, social, cultural), Informativo, polémico, oficial, histórico y coyuntural.	
	DISCURSO DE LAS AUDIENCIAS	×	
	DISCURSO DEL TEXTO	<p>Katia D' Artigues, Periodismo. Andrés Roemer, Dr. Políticas Públicas Se muestra el correo electrónico: entrelpublicoyloprivado@tvazteca.com.mx Alejandro Rosas , Historiador. Nieves Paniagua , Directora de la Compañía Nacional de Danza Folklórica. Armando Mafud, Diseñador.</p> <p>El texto se utiliza para nombrar el programa, a los conductores, invitados y su profesión.</p>	
IMAGEN DEL PROGRAMA	DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO	Es de color obscuro. Cuenta con público en el estudio. Los invitados son entrevistados de frente a los conductores quienes están sentados en sillas altas. Además hay otra parte donde son ubicados, después de su entrevista donde escuchan a los otros quienes están siendo entrevistados.	
	IMAGEN DEL CONDUCTOR (ES) O COCONDUCTOR (ES)	Están vestidos de manera casual, sin formalidades. Son agradables y sonríen.	
	IMAGEN DE LOS INVITADOS	De acuerdo a su función profesional y personalidad. En el caso de los tres invitados, vistieron de forma casual, sin formalidad. Se apreció livianidad y confianza hacia el público y los invitados.	
	PLANOS UTILIZADOS	PRIMER	✓
		MEDIO	✓
		GENERAL	✓
SE PRESENTAN O NO IMÁGENES QUE CONCUERDAN CON EL TEMA EXPUESTO	Si, solo al principio del programa, cuando se da conocer a los invitados de la emisión y se les pregunta sobre su comportamiento en la vida pública y privada. La imagen es de los invitados respondiendo la pregunta.		

ANEXO No. 6
EL PRIVILEGIO DE MANDAR
CANAL 2, TELEVISIA

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	GENERO DEL PROGRAMA	Variedades (humor político)
	HORARIO	Lunes 10:00 a 10:30 pm
	DESARROLLO	El programa consiste en la presentación de sketches o escenas de comedia referidas a sucesos políticos desarrollados en nuestro país, a través de la parodia de personajes de la práctica política que de manera coyuntural son polémicos.
	TEMAS	Son diferentes temas en torno a la vida política. Temas como: Elección interna del Partido Acción Nacional para elegir candidato a la Presidencia de la República, Actividades de la pareja presidencial después de terminado el periodo de gobierno de Vicente Fox. Conflictos internos en el Partido Revolucionario Institucional. Relación política entre el presidente Vicente Fox Quezada y el precandidato a la elección presidencial de 2006, Felipe Calderón. Narcotráfico e iglesia, Toma de posesión de Enrique Peña Nieto a la gobernatura del Estado de México. La elección presidencial de México en 1988.
	CONDUCTOR (ES)	×
	COCONDUCTOR O COLABORADORES	×
	INVITADOS	×
	UTILIZACIÓN DE TEXTO	✓
	UTILIZACIÓN DE IMAGENES	×
	DISCURSO DEL PROGRAMA	TRATAMIENTO DEL TEMA
DISCURSO DEL CONDUCTOR (ES) Y COCONDUCTOR (ES)		En el caso de este programa los discursos provienen de actores, político (gubernamental), oficialista, coyuntural.
DISCURSO DE LOS INVITADOS		×
DISCURSO DE LAS AUDIENCIAS		×

		DISCURSO DEL TEXTO	Santiago (Pierre Angelo), Don Diego (Freddy Ortega), Martita Según (Raquel Pankowsky), Reportera (Yekaterina Kieve), Chente Fox (Alfonso Villalpando), Reportera (Samia), El vocero (Jorge Arvisu “El Tata”), Elba Esther (Angélica Vale), Roberto (Arath de la Torre), Felipe Calderón (Moisés Suárez), Carlinflas (Carlos Espejel), Padre Godinez, Camacho Soliz (Herson Andrade), Andrés Manuel (Germán Ortega), Enrique Peña Nieto (Ulises de la Torre), Cuauhtémoc (Arath de la Torre), Miguel de la Madrid (Arath de la Torre), Manuel Barney (Ulises de la Torre), El innombrable (German Ortega). El texto es utilizado para establecer el personaje y el actor que esta parodiando.
IMAGEN DEL PROGRAMA	DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO		El escenario está ambientado de diversos objetos, utensilios y materiales que simulan por ejemplo el interior de una casa u oficina.
	IMAGEN DEL CONDUCTOR (ES) O COCONDUCTOR (ES)		En el caso de este programa, los actores están vestidos de acuerdo a los personajes que parodian, aunque suelen exagerar con la caracterización. Ya sea con el peinado, el maquillaje o el vestuario que ridiculizan a los personajes.
	IMAGEN DE LOS INVITADOS		×
	PLANOS UTILIZADOS	PRIMERO	✓
		MEDIO	✓
		GENERAL	✓
SE PRESENTAN O NO IMÁGENES QUE CONCUERDAN CON EL TEMA EXPUESTO		No	

ANEXO No. 7
NOTICIERO 34/12 NOTICIAS
CANAL 34, TELEVISIÓN MEXIQUENSE

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	GENERO DEL PROGRAMA	Informativo (presentación de noticias)
	HORARIO	9:00 a 10:00 pm. Lunes a viernes
	DESARROLLO	Encabezado por un solo conductor, quién presenta noticias de manera breve sobre política, economía y aspectos sociales, sin una separación. Las noticias se transmiten a través de entrevistas y discursos de los reporteros. Se presenta por separado la sección de deportes con otro conductor (coconductor). Además de presentar noticias nacionales e internacionales, predominan las locales al inicio del programa. En esta emisión se realizan dos entrevistas para cubrir el tiempo al aire del programa noticioso.
	TEMAS	Precampaña electoral para la presidencia de la Republica. Corrupción. Manifestaciones. Acciones del gobierno estatal. Desastres naturales. Aprobación de leyes. Plantones. Finanzas. Desarrollo Urbano y Vivienda en el Estado de México. Eutanasia. Deportes. Careo. Paro de labores. Secuestro. Salud. Comunidades indígenas. Preservación del Medio Ambiente.
	CONDUCTOR (ES)	Carlos González (periodista)
	COCONDUCTOR O COLABORADORES	Mario Gil (periodista)
	INVITADOS	Marcela Velasco González, Secretaria de Desarrollo Urbano y Vivienda del Estado de México. Sergio Díaz, Piloto de motociclismo.
	UTILIZACIÓN DE TEXTO	✓
	UTILIZACIÓN DE IMAGENES	✓
	DISCURSO DEL PROGRAMA	TRATAMIENTO DEL TEMA
DISCURSO DEL CONDUCTOR (ES) Y COCONDUCTOR (ES)		Discurso político (gubernamental, social, sindical, económico), informativo, oficialista, didáctico, histórico y coyuntural.
DISCURSO DE LOS INVITADOS		Discurso político (gubernamental, social), oficialista, coyuntural, fonéticamente agradable y ambiguo.
DISCURSO DE LAS AUDIENCIAS		×

	DISCURSO DEL TEXTO	<p>-Arturo Montiel ya no va. -Enrique Peña Nieto apoyará a quien gane la interna. -Yucatán. Se acerca “Wilma”. -Diputados. Aprueban régimen fiscal. -SAGARPA, negociaciones con cañeros. -DIFEM, niños abandonados. -Tailandia, ya van trece muertos. -Rafa Márquez en duda vs el Osasuna.</p> <p>El texto es utilizado como referente para explicar la noticia que se está presentando, a partir de la enunciación de una o varias palabras que sintetizan el contenido de esta. Así como para establecer el nombre y función de los entrevistados.</p>	
IMAGEN DEL PROGRAMA	DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO	En el centro del escenario se encuentra una mesa, el color del escenario es azul y negro.	
	IMAGEN DEL CONDUCTOR (ES) O COCONDUCTOR (ES)	El conductor es presentado con vestimenta seria y formal, de traje, con un rostro duro y serio.	
	IMAGEN DE LOS INVITADOS	Se presentan de acuerdo a su categoría. En el caso de la funcionaria, esta lleva un traje serio de color oscuro, y el otro invitado, que es deportista, viste de acuerdo a su función de piloto.	
	PLANOS UTILIZADOS	PRIMER	✓
		MEDIO	✓
		GENERAL	✓
SE PRESENTAN O NO IMÁGENES QUE CONCUERDAN CON EL TEMA EXPUESTO		Si	

ANEXO No. 8
REPORTE 13
CANAL 13, TV AZTECA

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	GENERO DEL PROGRAMA	Informativo (reportajes, entrevistas, mesa de discusión)
	HORARIO	24:00 a 24:30 hrs.
	DESARROLLO	El programa esta basado en un reportaje sobre el precandidato del Partido Acción Nacional Felipe Calderón, basado de una entrevista, de un seguimiento de su precampaña, de una introducción biográfica, y de opiniones de la gente que asiste a los mítines.
	TEMAS	Serie de los precandidatos en campaña “Calderón en campaña”.
	CONDUCTOR (ES)	Ricardo Rocha (periodista)
	COCONDUCTOR O COLABORADORES	×
	INVITADOS	Felipe de Jesús Calderón Hinojosa (Precandidato del Partido Acción Nacional para la elección presidencial del 2006)
	UTILIZACIÓN DE TEXTO	✓
	UTILIZACIÓN DE IMAGENES	✓
DISCURSO DEL PROGRAMA	TRATAMIENTO DEL TEMA	Escueto sin explicación profunda
	DISCURSO DEL CONDUCTOR (ES) Y COCONDUCTOR (ES)	Discurso político (electoral, gubernamental, social) polémico, ordenado de ideas y argumentos, oficioso, histórico, coyuntural.
	DISCURSO DE O LOS INVITADOS	Discurso político(electoral, gubernamental, partidista, social), oficial, fonéticamente agradable y ambiguo, histórico y coyuntural.
	DISCURSO DE LAS AUDIENCIAS	Discurso político y social.
	DISCURSO DEL TEXTO	TV Azteca, presenta: Reporte 13, con Ricardo Rocha. “Calderón en campaña”. Se utiliza el texto para establecer datos del programa, como el nombre, el conductor y el tema que se trata.
IMAGEN DEL PROGRAMA	DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO	El programa no se realiza en un estudio de televisión.
	IMAGEN DEL CONDUCTOR (ES) O COCONDUCTOR (ES)	No se percibe la imagen del conductor, solo su voz
	IMAGEN DE LOS INVITADOS	El invitado es presentado durante sus actividades políticas como precandidato, por ello, se observa formal, con camisa de vestir, pero agitado, sonriente y optimista para ganar electorado.

PLANOS UTILIZADOS	PRIMERO	×
	MEDIO	✓
	GENERAL	✓
SE PRESENTAN O NO IMÁGENES QUE CONCUERDAN CON EL TEMA EXPUESTO		Si, el programa esta compuesto en su totalidad por imágenes, ya que no se realiza en un estudio de televisión.

ANEXO No. 9
ARCHIVO ABIERTO
CANAL 11, INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	GENERO DEL PROGRAMA	Informativo (noticias, reportajes, entrevistas)
	HORARIO	9:00 p.m. a 10:00 p.m., los domingos
	DESARROLLO	El programa consiste en la presentación de temas coyunturales a través de entrevistas y reportajes a personas involucradas en los asuntos políticos, sociales o culturales, ya sean analistas, funcionarios, líderes políticos, o ciudadanos comunes. Temas que se tratan con mayor profundidad que en los noticieros. La conductora principal tiene enlaces en vivo con reporteros y además de una entrevista grabada con un funcionario público.
	TEMAS	Desastre natural. Precampaña Electoral. Salud. Santo de narcotraficantes. Película cinematográfica. Festival cultural.
	CONDUCTOR (ES)	Elisa Alanis (periodista)
	COCONDUCTOR O COLABORADORES	Rubén Rojas, reportero y Miguel de la Cruz, reportero
	INVITADOS	Doctor Pablo Kuri (Director de Epidemiología de la Secretaria de Salud)
	UTILIZACIÓN DE TEXTO	✓
	UTILIZACIÓN DE IMAGENES	✓
	DISCURSO DEL PROGRAMA	TRATAMIENTO DEL TEMA
DISCURSO DEL CONDUCTOR (ES) Y COCONDUCTOR (ES)		Discurso político (gubernamental, electoral, social) informativo, oficialista y coyuntural.
DISCURSO DE LOS INVITADOS Y DE LAS AUDIENCIAS		Discurso político (gubernamental, social), oficialista, fonéticamente agradable y ambiguo.

DISCURSO DEL TEXTO

Alberto Cárdenas	18,958	17.90%
Santiago Creel Miranda	25,493	24.07%
Felipe Calderón Hinojosa	62,465	28.03%
Casillas computadas	96.76%	
Votación total	106,748	
Padrón total	383,993	
Abstencionismo	73%	

Resultados de la tercera etapa.

Frente asiática contra la gripe aviar.

Filipinas, Tailandia, Camboya, China, Corea del Sur, Japón
 María Elena Álvarez (Presidenta de la Comisión de Elecciones del PAN). Carlos García, (Presidente del PAN, en el Distrito Federal). Santiago Creel Miranda (Precandidato del PAN). Felipe Calderón (Precandidato del PAN). Arturo Montiel (ex candidato del PRI a la presidencia de la República). Pedro Isnardo, (analista político, UNAM) Leo Zuckermann (analista del CIDE). Roque Villanueva (senador del PRI). Mariano Palacios Alcocer (Presidente Nacional del PRI). Manuel Barlett (senador del PRI). José Ihuip (infante de Marina, Armada de México). Frank Cristian, (habitante). Vicente Fox Quezada (Presidente de la República). David Paulison (Director de la Agencia Federal para Medidas de Emergencia). Hayes Wicker (pastor evangelista). Mike Leavit (Secretario de Salud de Estados Unidos). Jacobo Finkelman (representante de la OMS en México). Julio Frenk (Secretario de Salud). Antón Rychner (Director de la FAO para Vietnam). Zhong Nanshan, (Director del Instituto de Enfermedades Respiratorias, Guanzhou). Wilfredo Villacorta (Subsecretario General de la ASEAN). Fadillah Supari (Ministro de Salud de Indonesia). Anthony Fauci, (director del Instituto de Enfermedades Infecciosas). Doctor Pablo Kuri (Director de Epidemiología de la Secretaría de Salud) Jesús Manuel González, (encargado de la capilla de Jesús Malverde). Elio Masferrer (Antropólogo de las religiones). Gilberto López Alanís (archivo histórico del estado de Sinaloa). Verónica Astorga (creyente de Jesús Malverde) Gilberto López Alanís, (archivo histórico del estado de Sinaloa). Juan Carlos Blanco (Director y guionista de la película Malverde). Mitzuko Villanueva, (Directora Ejecutiva Malverde). Juan Ángel Esparza (actor). Christian Valdivia (estudiante de cine del INDIE) Mauricio Báez (estudiante de cine del INDIE).

El texto es utilizado para reafirmar datos, comentados por la conductora y reporteros sobre los temas que se tratan en el programa. Asimismo, a través del texto se establecen los nombres y función de los entrevistados contemplados en los reportajes.

IMAGEN DEL PROGRAMA	DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO	Solo se percibe una mesa, donde se encuentra la conductora, atrás de ella, hay una pantalla donde se muestran imágenes sobre los temas que se exponen en la transmisión. El color del escenario es de azul claro, se observa mucha luz.		
	IMAGEN DEL CONDUCTOR (ES) O COCONDUCTOR (ES)	La conductora esta vestida de manera formal, aunque el color de su traje es amarillo por lo tanto es muy vistoso. Es carismática, sin llegar a la absoluta seriedad. Por su parte los reporteros, están vestidos de traje oscuro, radian seriedad.		
	IMAGEN DE LOS INVITADOS	El invitado viste de traje, es serio y parco.		
	PLANOS UTILIZADOS	PRIMER	✘	
		MEDIO	✓	
		GENERAL	✓	
SE PRESENTAN O NO IMÁGENES QUE CONCUERDAN CON EL TEMA EXPUESTO	SI			

ANEXO No. 10
LA ENTREVISTA CON SARMIENTO
CANAL 13, TV AZTECA

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	GENERO DEL PROGRAMA	Informativo (entrevistas)
	HORARIO	12:00 a 1:00 am
	DESARROLLO	Es un programa que trata un tema específico ya sea coyuntural o histórico referente a cuestiones políticas, sociales, económicas o culturales, a través de la entrevista a personajes involucrados en torno al tema en cuestión. Al inicio del programa, el conductor proporciona una introducción breve sobre el tema y sobre la biografía de los entrevistados.
	TEMAS	La nueva Ley del Mercado de Valores
	CONDUCTOR (ES)	Sergio Sarmiento (analista)
	COCONDUCTOR O COLABORADORES	✘
	INVITADOS	Guillermo Díaz de Rivera, Abogado, especialista en materia financiera. José Sáenz, Abogado, asesor y especialista en materia financiera.
	UTILIZACIÓN DE TEXTO	✓

	UTILIZACIÓN DE IMAGENES	×	
DISCURSO DEL PROGRAMA	TRATAMIENTO DEL TEMA	Con mayor profundidad, pero incompleto	
	DISCURSO DEL CONDUCTOR (ES) Y COCONDUCTOR (ES)	Discurso político (gubernamental, social económico) oficialista, coyuntural.	
	DISCURSO DE LOS INVITADOS	Discurso político (gubernamental, social, económico), Oficialista y coyuntural.	
	DISCURSO DE LAS AUDIENCIAS	×	
	DISCURSO DEL TEXTO	La entrevista con Sarmiento. Guillermo Díaz de Rivera, abogado en materia financiera. José Sáenz, Abogado, en materia financiera. Estamos hablando de la necesidad de mejorar las prácticas corporativas El texto se utiliza en la presentación del programa, para establecer el nombre y función de los invitados y para sintetizar el tema que se está tratando	
IMAGEN DEL PROGRAMA	DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO	El conductor y los invitados están sentados alrededor de una mesa que ocupa el centro del escenario que es de color oscuro.	
	IMAGEN DEL CONDUCTOR (ES) O COCONDUCTOR (ES)	Esta vestido de traje, de manera formal. El conductor esta serio.	
	IMAGEN DE LOS INVITADOS	Visten de forma seria como sus rostros, con traje oscuro.	
	PLANOS UTILIZADOS	PRIMER	×
		MEDIO	✓
GENERAL		✓	
SE PRESENTAN O NO IMÁGENES QUE CONCUERDAN CON EL TEMA EXPUESTO		NO	

ANEXO No. 11
ALEBRIJES. AGUILA O SOL
CANAL 4, TELEVISIVA

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	GENERO DEL PROGRAMA	Informativo (noticias, reportajes, mesa de discusión)
	HORARIO	10:00 a 11:00 p.m., los domingos
	DESARROLLO	El programa se compone de entrevistas a funcionarios públicos y directivos financieros, así como de sondeos. Los conductores analizan a través de comentarios u opiniones propias, aspectos relacionados con la economía y las finanzas que trascendieron a lo largo de la semana. Asimismo, presentan algunos datos estadísticos en relación a una problemática que afecta a la economía nacional. Cuenta con secciones como a la alza y a la baja, además leen comentarios del público.
	TEMAS	Campaña electoral para la Presidencia de la República y foros empresariales. Pago de gasolina. Prioridades económicas del gobierno federal. Tratados comerciales. Relaciones intergubernamentales entre México y Venezuela. OCDE (Organización para la Cooperación Económica). Población. Salud. Educación. Banca privada. Crisis económica. FOBAPROA. Leyes financieras. Funcionarios financieros y empresarios.
	CONDUCTOR (ES)	Mari Carmén Cortés, José Yusté, Marco Antonio Mares. (Periodistas)
	COCONDUCTOR O COLABORADORES	×
	INVITADOS	Vicente Foz Quezada , Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos José Ángel Gurría, Candidato electo a la Secretaría general de la OCDE. Luis Peña. Director General de Grupo Financiero Banorte.
	UTILIZACIÓN DE TEXTO	✓
	UTILIZACIÓN DE IMAGENES	✓
	DISCURSO DEL PROGRAMA	TRATAMIENTO DEL TEMA
DISCURSO DEL CONDUCTOR (ES) Y COCONDUCTOR (ES)		Discurso político (gubernamental, económico, financiero, social),informativo, oficialista, polémico, coyuntural e histórico.
DISCURSO DE LOS INVITADOS		Discurso político (gubernamental, económico, financiero, social)oficialista, fonéticamente agradable y ambiguo didáctico y coyuntural.
DISCURSO DE LAS AUDIENCIAS		Discurso político (social, económico, financiero) Polémico, oficioso, coyuntural y oficial.

	DISCURSO DEL TEXTO	<p>Resbalón. ¿Cómo está tú bolsa? Sondeo. Vicente Foz Quezada , Presidente Constitucional de los Estado Unidos Mexicanos José Ángel Gurría, Candidato electo a la Secretaría General de la OCDE. Luis Peña, Director General de Grupo Financiero Banorte Los 5 vehículos más robados</p> <table border="1" data-bbox="800 457 1409 695"> <thead> <tr> <th colspan="2">POR FRECUENCIA</th> <th colspan="2">POR NÚMERO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>NISSAN Murano</td> <td>3.21%</td> <td>Tsuru</td> <td>5,988</td> </tr> <tr> <td>BMW clase 3</td> <td>2.68%</td> <td>VW Sedan</td> <td>2,155</td> </tr> <tr> <td>Audi A3</td> <td>2.57%</td> <td>CamionetaNISSAN</td> <td>1,694</td> </tr> <tr> <td>New Beatle</td> <td>2.55%</td> <td>Jetta</td> <td>1,626</td> </tr> <tr> <td>Mini cooper</td> <td>2.42%</td> <td>Chevy-monza</td> <td>971</td> </tr> </tbody> </table> <p>ALERTA ALEBRIJE Esta entrevista se puede ver en: www.noticierostelevisa.com.mx Las 5 entidades con mayor número de vehículos robados.</p> <table border="1" data-bbox="800 814 1409 1010"> <thead> <tr> <th>ENTIDAD FEDERATIVA</th> <th>2003</th> <th>2004</th> <th>2005</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Distrito Federal</td> <td>15,721</td> <td>14,240</td> <td>12,722</td> </tr> <tr> <td>Estado de México</td> <td>8,979</td> <td>9,366</td> <td>8,655</td> </tr> <tr> <td>Jalisco</td> <td>3,808</td> <td>2,974</td> <td>3,001</td> </tr> <tr> <td>Baja California</td> <td>1,969</td> <td>1,962</td> <td>2,137</td> </tr> <tr> <td>Nuevo León</td> <td>935</td> <td>823</td> <td>1,102</td> </tr> </tbody> </table> <p>ALERTA ALEBRIJE Fuente: AMIS</p> <p>El texto es utilizado para reafirmar los temas que se están tratando, para establecer el nombre y función de los invitados y los conductores, así como para proporcionar algunos datos derivados de una problemática de la economía nacional.</p>	POR FRECUENCIA		POR NÚMERO		NISSAN Murano	3.21%	Tsuru	5,988	BMW clase 3	2.68%	VW Sedan	2,155	Audi A3	2.57%	CamionetaNISSAN	1,694	New Beatle	2.55%	Jetta	1,626	Mini cooper	2.42%	Chevy-monza	971	ENTIDAD FEDERATIVA	2003	2004	2005	Distrito Federal	15,721	14,240	12,722	Estado de México	8,979	9,366	8,655	Jalisco	3,808	2,974	3,001	Baja California	1,969	1,962	2,137	Nuevo León	935	823	1,102
POR FRECUENCIA		POR NÚMERO																																																
NISSAN Murano	3.21%	Tsuru	5,988																																															
BMW clase 3	2.68%	VW Sedan	2,155																																															
Audi A3	2.57%	CamionetaNISSAN	1,694																																															
New Beatle	2.55%	Jetta	1,626																																															
Mini cooper	2.42%	Chevy-monza	971																																															
ENTIDAD FEDERATIVA	2003	2004	2005																																															
Distrito Federal	15,721	14,240	12,722																																															
Estado de México	8,979	9,366	8,655																																															
Jalisco	3,808	2,974	3,001																																															
Baja California	1,969	1,962	2,137																																															
Nuevo León	935	823	1,102																																															
IMAGEN DEL PROGRAMA	DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO	El escenario está compuesto principalmente de una mesa redonda, donde los conductores opinan sobre temas económicos. El color del escenario es azul.																																																
	IMAGEN DEL CONDUCTOR (ES) O COCONDUCTOR (ES)	Están vestidos de forma causal. Su actitud es liviana, solo demuestran un poco de seriedad.																																																
	IMAGEN DE LOS INVITADOS	Están vestidos de traje, de manera formal y seria como sus rostros.																																																
	PLANOS UTILIZADOS	<table border="1" data-bbox="610 1556 1425 1696"> <tr> <td>PRIMERO</td> <td>✓</td> </tr> <tr> <td>MEDIO</td> <td>✓</td> </tr> <tr> <td>GENERAL</td> <td>✓</td> </tr> </table>	PRIMERO	✓	MEDIO	✓	GENERAL	✓																																										
	PRIMERO	✓																																																
MEDIO	✓																																																	
GENERAL	✓																																																	
SE PRESENTAN O NO IMÁGENES QUE CONCUERDAN CON EL TEMA EXPUESTO	NO																																																	

ANEXO No. 12
ENLACE CIUDADANO
CANAL 34, TELEVISIÓN MEXIQUENSE

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	GENERO DEL PROGRAMA	Informativo (entrevistas, reportajes, mesa de discusión)
	HORARIO	8:00 a 9:00 p.m. de lunes a viernes
	DESARROLLO	El programa esta basado en entrevistas a funcionarios encargados del desarrollo de políticas de gobierno para mejorar la situación de la sociedad mexiquense. Además de dichas entrevistas que componen casi todo el programa, se presentan reportajes acerca del tema en cuestión, junto de comentarios de un reportero que colabora en la emisión y que menciona algunos datos generales. Además el conductor da lectura a comentarios y preguntas enviados por el público.
	TEMAS	Turismo y desarrollo artesanal
	CONDUCTOR (ES)	Francisco Pimentel (periodista)
	COCONDUCTOR O COLABORADORES	Marco Antonio Vázquez (periodista)
	INVITADOS	Laura Barrera, Secretaria de Turismo y Desarrollo Artesanal del gobierno del Estado de México. Carlos Salgado, Director General del Instituto de Investigación y Fomento Artesanal del Estado de México.
	UTILIZACIÓN DE TEXTO	✓
	UTILIZACIÓN DE IMAGENES	✓
	DISCURSO DEL PROGRAMA	TRATAMIENTO DEL TEMA
DISCURSO DEL CONDUCTOR (ES) Y COCONDUCTOR (ES)		Discurso político (gubernamental, social), informativo, oficialista y coyuntural.
DISCURSO DE LOS INVITADOS		Discurso político (gubernamental, social), informativo oficialista, fonéticamente agradable y ambiguo y coyuntural.
DISCURSO DE LAS AUDIENCIAS		Discurso político (gubernamental, social), informativo oficialista y coyuntural.
DISCURSO DEL TEXTO		Gran Cumbre Artesanal. Tesoros mexiquenses. Lic. Laura Barrera Fortoul Secretaria de Turismo y Desarrollo Artesanal Lic. Carlos Salgado Espinosa Director General del IIFAEM Comunícate con nosotros Toluca 070. Lada sin costo 0800 6 96 96 96 El texto es utilizado para establecer el tema, el nombre del conductor y de los invitados así como su función. Además se establece los números telefónicos para que el público llame.

IMAGEN DEL PROGRAMA	DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO	El escenario está compuesto principalmente de una mesa redonda, en la cual el conductor entrevista a los invitados.	
	IMAGEN DEL CONDUCTOR (ES) O COCONDUCTOR (ES)	Como los invitados, tanto el conductor como el reportero que colabora en el emisión, están vestidos de manera formal, de traje, son serios y parcos.	
	IMAGEN DE LOS INVITADOS	Están vestidos de traje, de manera formal y seria como sus rostros.	
	PLANOS UTILIZADOS	PRIMERO	✓
		MEDIO	✓
		GENERAL	✓
SE PRESENTAN O NO IMÁGENES QUE CONCUERDAN CON EL TEMA EXPUESTO	SI		

**ANEXO No. 13
CONEXIÓN MÉXICO
CANAL 22, CONACULTA**

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	GENERO DEL PROGRAMA	Informativo (noticias, reportajes, entrevistas)
	HORARIO	9:00 a 10:00 pm, los lunes
	DESARROLLO	El programa está compuesto de reportajes, entrevistas y comentarios de especialistas y de la conductora, en torno a un tema central: la migración. Además se presentan reportajes sobre temas diversos como el cine mexicano o en relación a una entidad federativa. La conductora da lectura a diversos comentarios del público televidente.
	TEMAS	Población (migración)
	CONDUCTOR (ES)	Gretel Luengas (periodista)
	COCONDUCTOR O COLABORADORES	Oscar Martell (reportero), Norma Guzmán (reportera)
	INVITADOS	Marco Tulio Culebro Bahena, Miembro de la sociedad "Cambio geopolítico" Ernesto de la Peña, Escritor.
	UTILIZACIÓN DE TEXTO	✓
	UTILIZACIÓN DE IMAGENES	✓
	DISCURSO	TRATAMIENTO DEL TEMA
DISCURSO DEL CONDUCTOR (ES) Y COCONDUCTOR (ES)		Discurso político (gubernamental, social), informativo oficioso, oficial, coyuntural

IMAGEN DEL PROGRAMA	DISCURSO DE LOS INVITADOS	Discurso político (gubernamental, social), polémico, oficioso, histórico y coyuntural
	DISCURSO DE LAS AUDIENCIAS	Discurso político (gubernamental, social), polémico oficioso y coyuntural.
	DISCURSO DEL TEXTO	<p>Vicente Fox Quezada, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos Arturo Quiñónez, Enlace Estatal de Turismo, Programa Paisano. Lic. José Antonio González, Gerente General Estrella Blanca, Central del Norte. Amalia García, Gobernadora de Zacatecas. Fernando Robledo, Titular del Instituto Estatal de Migración del gobierno de Zacatecas. Raymundo Cárdenas, Vicepresidente de la mesa directiva del Senado de la República Nina Gutiérrez, Empresaria. Jorge Fernández, Guía de turistas</p> <p>Marco Tulio Culebro Bahena, Miembro de la sociedad “Cambio geopolítico” Ernesto de la Peña, Escritor.</p> <p>Denuncia al 01 800 1112 0584 Reportera: Norma Guzmán Editor: Armando A. Perez</p> <p>Teléfonos en el estudio: 01800 002 2222, desde Estados Unidos: 1 866 809 25 22 Correo electrónico: conexionmexico@canal22.org.mx</p> <p>Reportero: Oscar A. Martell Editor: Armando A. Pérez Reportera: Gretel Luengas. Editor: Roberto Flores Cadena Reportera: Norma Guzmán Editor: Roberto Flores Cadena</p> <p>El texto es utilizado para establecer el nombre y función de los entrevistados que se incluyen en los reportajes, así como para indicar los números telefónicos a los que pueden dirigirse el público y el correo electrónico. También el nombre de los invitados (del entrevistado en el estudio y del escritor), de los reporteros y editores.</p>
	DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO	El escenario emula la frontera, tiene varios espacios donde se conduce el programa, a diferencia de casi todos los otros, no hay una mesa central.
IMAGEN DEL CONDUCTOR (ES) O COCONDUCTOR (ES)	La conductora viste un traje formal de colores sobrios y serios, como su conducta. El reportero esta vestido de traje, no así la reportera que viste casual, sin seriedad.	

	IMAGEN DE LOS INVITADOS		Están vestidos de manera casual, no hay formalidades. Su rostro es serio y con cierta preocupación.
	PLANOS UTILIZADOS	PRIMER	✓
		MEDIO	✓
		GENERAL	✓
SE PRESENTAN O NO IMÁGENES QUE CONCUERDAN CON EL TEMA EXPUESTO		SI	

ANEXO No. 14
ANTESALA
CANAL 22, CONACULTA

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	GENERO DEL PROGRAMA	Informativo (mesa de discusión)
	HORARIO	2:30 a 3:30 p.m., los sábados
	DESARROLLO	Es un programa que consiste en la discusión de un tema específico de parte de investigadores, analistas y escritores, junto con el conductor, quienes comparten sus ideas y sus puntos de vista. Al inicio del programa, se presenta una introducción en forma de diagnóstico sobre el tema a tratar.
	TEMAS	China. El gigante despierta.
	CONDUCTOR (ES)	Javier Aranda Luna (periodista)
	COCONDUCTOR O COLABORADORES	×
	INVITADOS	Rosa Fuentes Berinstain, Subdirectora de la Revista Foreign Affairs. Gabriel Guerra, Analista político, Fundador y Presidente de Guerra Castellanos y Asociados. Roberto Cornejo, Profesor e investigador del Colegio de México.
	UTILIZACIÓN DE TEXTO	✓
	UTILIZACIÓN DE IMAGENES	✓
DISCURSO DEL PROGRAMA	TRATAMIENTO DEL TEMA	Con mayor profundidad y análisis basado en argumentos científicos (teóricos, históricos) y opiniones.
	DISCURSO DEL CONDUCTOR (ES) Y COCONDUCTOR (ES)	Discurso político (gubernamental, económico, social) informativo, oficial, polémico, oficioso, histórico y coyuntural.

	DISCURSO DE LOS INVITADOS	Discurso político (gubernamental, económico, social) informativo, ordenado de ideas y argumentos, oficial, polémico, oficioso, histórico y coyuntural	
	DISCURSO DE LAS AUDIENCIAS	×	
	DISCURSO DEL TEXTO	China. El gigante despierta. Rosa Fuentes Berinstain, Subdirectora de la Revista Foreign Affairs. Gabriel Guerra, Analista político, Fundador y Presidente de Guerra Castellanos y Asociados. Roberto Cornejo, Profesor e investigador del Colegio de México. El texto se utiliza para establecer el tema, los nombres y función de los invitados.	
IMAGEN DEL PROGRAMA	DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO	Del escenario destaca una mesa central donde los invitados junto al conductor discuten el tema de esa emisión. El escenario es de color oscuro.	
	IMAGEN DEL CONDUCTOR (ES) O COCONDUCTOR (ES)	Viste de manera formal, de traje, con seriedad	
	IMAGEN DE LOS INVITADOS	Los invitados, como el conductor visten de manera formal y seria como su comportamiento y rostro.	
	PLANOS UTILIZADOS	PRIMERO	×
		MEDIO	✓
		GENERAL	✓
SE PRESENTAN O NO IMÁGENES QUE CONCUERDAN CON EL TEMA EXPUESTO	SI		

**ANEXO No. 15
MÉXICO. NUEVO SIGLO
CANAL 2, TELEVISIA**

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	GENERO DEL PROGRAMA	Informativo (reportajes, entrevistas)
	HORARIO	12:00 a 12:30 p.m., los domingos
	DESARROLLO	El programa es un documental que trata aspectos históricos y descriptivos de nuestro país en el ámbito político, social y cultural. Se construye a partir de entrevistas, fotografías y películas, que reseñan el tema en cuestión.
	TEMAS	Retratos de la educación

	CONDUCTOR (ES)	×
	COCONDUCTOR O COLABORADORES	×
	INVITADOS	
	UTILIZACIÓN DE TEXTO	✓
	UTILIZACIÓN DE IMAGENES	✓
DISCURSO DEL PROGRAMA	TRATAMIENTO DEL TEMA	Con mayor profundidad, pero incompleto
	DISCURSO DEL CONDUCTOR (ES) Y COCONDUCTOR (ES)	VOZ: Discurso político (gubernamental), social, oficial, histórico y coyuntural.
	DISCURSO DE LOS INVITADOS	×
	DISCURSO DE LAS AUDIENCIAS	Discurso político (gubernamental), social, oficial, histórico y coyuntural.
	DISCURSO DEL TEXTO	México. Nuevo Siglo Maestro Jesús Barragán, Guadalajara, Jalisco. Maestra Minerva Hernández, Santa Ana Hueytlalpan, Hidalgo. Jesús Pérez, Ex alumno del Mtro. Jesús Barragán. Ambrosio Pérez, Ex alumno del Mtro. Jesús Barragán. Dolores Nuño, exalumna del Mtro. Jesús Barragán. Ofelia Reynaga, esposa del Mtro. Jesús Barragán. Prof. Luz Elena Nando, Subdirectora de la Escuela Secundaria Mixta, número 36 “Irene Robledo García”. Mtra. Eufemia Hernández, hermana de Minerva. Mtro. Gerardo Hernández, hermano de Minerva. ¿De donde salió Minerva? La misión de Minerva La maestra al pie del cañón. Río Escondido (1947), Dir. Emilio “Indio” Fernández Reunión de fin de curso 2004-2005 en la sala de maestros de la Escuela Primaria Bilingüe 20 de noviembre, de Santa Ana Huextlalpan, Estado de Hidalgo. El texto es utilizado para establecer el nombre del programa y de los entrevistados. También para citar las películas que se utilizan para ilustrar el documental y la separación estructural del mismo.
IMAGEN DEL PROGRAMA	DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO	×
	IMAGEN DEL CONDUCTOR (ES) O COCONDUCTOR (ES)	×
	IMAGEN DE LOS INVITADOS	×

	PLANOS UTILIZADOS	PRIMER	×
		MEDIO	✓
		GENERAL	✓
	SE PRESENTAN O NO IMÁGENES QUE CONCUERDAN CON EL TEMA EXPUESTO		SI

**ANEXO No. 16
ASÍ LA VEMOS
CANAL 22, CONACULTA**

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	GENERO DEL PROGRAMA	Informativo (mesa de discusión)
	HORARIO	7:30 a 8:00 p.m., de lunes a viernes
	DESARROLLO	El programa consiste en debatir sobre un tema referido a problemáticas de toda índole, que afectan la vida de los jóvenes mexicanos. En este sentido, el programa se compone de un público joven que se dedica a escuchar, opinar y responder las preguntas del conductor, quien al inicio realiza una introducción sobre el tema. Además cuenta con un reportaje especial referido al asunto que se trata en la emisión.
	TEMAS	Terrorismo
	CONDUCTOR (ES)	Rubén Álvarez (periodista)
	COCONDUCTOR O COLABORADORES	×
	INVITADOS	×
	UTILIZACIÓN DE TEXTO	✓
	UTILIZACIÓN DE IMAGENES	✓
DISCURSO DEL PROGRAMA	TRATAMIENTO DEL TEMA	Con mayor profundidad, pero incompleto
	DISCURSO DEL CONDUCTOR (ES) Y COCONDUCTOR (ES)	Discurso político (gubernamental, social, económico) Informativo, oficial y coyuntural.
	DISCURSO DE LOS INVITADOS	×
	DISCURSO DE LAS AUDIENCIAS	Discurso político (gubernamental, social, económico), polémico, oficioso y coyuntural.

	<p style="text-align: center;">DISCURSO DEL TEXTO</p>	<p>Rubén Álvarez .Periodista/ El Universal Octavio Olayo, Escuela de Tráfico y Tramitación Aduanal. Raúl Méndez, Escuela de Tráfico y Tramitación Aduanal. Mtra. Meritzel Vila Grau, Coordinadora de la Maestría en Periodismo, Universidad Anahuac del Sur. Jacqueline Hernández, Coalición PRI. Daniel Jasso Martinez, IPN. Lic. Osvaldo Blanco Sánchez, Director General de APICON/Seguridad Privada. Elías Huerta, Presidente de la Asociación Nacional de Doctores en Derecho, A.C. Teresa Gutiérrez de Cid, Catedrática de la UAM, especialista en Seguridad Nacional.</p> <p>Desde que comenzó la ocupación de Iraq, en marzo del 2003, mil 653 soldados de EEUU han muerto en ese país. Regresamos. Fuente: el Universal. Cerca del 15% de soldados eran de origen latinoamericano por nacimiento o ascendencia, indican datos recogidos por “Guerrero Azteca”, movimiento que exige en EEUU el retorno de los soldados enviados a Medio Oriente. En Irak hay 135 mil soldados estadounidenses, 22% de los cuales tiene sangre latinoamericana. Regresamos Fuente: el Universal. De acuerdo con algunas ONG’S, hasta la fecha hay 30 mil desaparecidos, muertos por el terrorismo de Estado. El número de atentados en 2004 fueron 3 mil 192, los cuales cobraron la vida de 6 mil 60 personas y causaron heridas a más de 16 mil. Carlos Pérez, Universidad ICEL. Alfredo Rodríguez, Universidad Intercontinental. Maria Eugenia Villegas, Universidad ICEL. asilavemos@eluniversal.com.mx Irais Avellaneda, Escuela de Trafico y Tramitación Aduanal.</p> <p>El texto es utilizado para establecer el nombre del conductor y de los participantes del debate que forman parte del público. Además, se establece el nombre y función de los entrevistados incluidos en el reportaje, que se incluye en el programa.</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">IMAGEN DEL PROGRAMA</p>	<p style="text-align: center;">DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO</p> <p style="text-align: center;">IMAGEN DEL CONDUCTOR (ES) O COCONDUCTOR (ES)</p>	<p>El escenario es amplio, ya que se transmite desde el Museo Nacional de Culturas Populares. Hay un público compuesto de estudiantes y profesores, que ocupan todo el espacio, frente a ellos se encuentra el conductor que en ocasiones dirige el debate sentado, a lado de una pequeña mesa.</p> <p>El conductor viste de manera informal y juvenil de acuerdo al público que está presente en el programa. Es dinámico y polémico.</p>

IMAGEN DE LOS INVITADOS		Visten de acuerdo a su edad juvenil. Se observa en algunos nerviosismo y atención sobre lo que se discute.
PLANOS UTILIZADOS	PRIMERO	×
	MEDIO	✓
	GENERAL	✓
SE PRESENTAN O NO IMÁGENES QUE CONCUERDAN CON EL TEMA EXPUESTO		SI

ANEXO No. 17
LA VIDA EN MÉXICO EN EL SIGLO XX
CANAL 22, CONACULTA

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	GENERO DEL PROGRAMA	Variedades (Documental)
	HORARIO	2:30 p.m. a 3:30 p.m. de lunes a viernes
	DESARROLLO	El programa es un documental que trata aspectos históricos y descriptivos de nuestro país y el mundo en el ámbito político, social y cultural. Se construye a partir de fotografías y películas, que reseñan el tema en cuestión en donde se resaltan personajes que aportaron en esa época, así como la referencia de procesos políticos y sociales.
	TEMAS	Fantasma de Modernidad
	CONDUCTOR (ES)	×
	COCONDUCTOR O COLABORADORES	×
	INVITADOS	×
	UTILIZACIÓN DE TEXTO	✓
	UTILIZACIÓN DE IMAGENES	✓
DISCURSO DEL PROGRAMA	TRATAMIENTO DEL TEMA	Con mayor profundidad, pero incompleto
	DISCURSO DEL CONDUCTOR (ES) Y COCONDUCTOR (ES)	VOZ: Discurso político (cultural, estatal, social) oficial e histórico.
	DISCURSO DE LOS INVITADOS	×
	DISCURSO DE LAS AUDIENCIAS	×

		<p>Fantasma de Modernidad.</p> <p>1942 Estados Unidos, junio 4, Batalla de Midway. 1942 Europa, suspenden Premio Nobel 1943 África. Rommel derrota a Estados Unidos en Túnez. 1943 Estados Unidos. Hofmann, primer reporte del LSD. 1943 Europa, Mengele, médico en jefe, Auschwitz</p> <p>Deja la carrera de Medicina y debuta como pianista en XEW en 1930. Silverio Pérez, confirmó su alternativa en el Toreo de la Condesa, de manos de Fermín Espinosa Armillita, en diciembre de 1938. Dolores del Río. Su segundo esposo fue Cedric Gibbons, Director de Arte y Diseñador de la estatuilla del Oscar. Humphrey Bogart. Su primera película con un rol gangster se llamó "El bosque petrificado" de 1934. Adolfo Hitler. Entre 1903 y 1907 aplicó dos veces para ingresar en la Academia de Bellas Artes de Viena: fue rechazado. En México. Raúl Azcarraga inaugura la XEW, en 1930, con 5 mil watts de potencia, en el lejano pueblo de San Antonio, Coapa. Su primera aparición en un filme fue en 1943 en Hotel de verano, bajo la dirección de Rene Cardona. Dr. Atl, vulcanólogo por vocación. Gerardo Murillo empezó a usar paradójicamente este seudónimo que significa agua en náhuatl. Ives Montand, italiano de nacimiento, su nombre verdadero fue Ivo Livi y emigró a Marsella en 1921 con la subida del fascismo.</p> <p>El texto es utilizado para establecer el tema del programa, algunos datos históricos como fechas, personajes y sucesos ocurridos históricamente que marcaron la vida política, social y cultural de nuestro país y el mundo.</p>	
IMAGEN DEL PROGRAMA	DESCRIPCIÓN DEL ESCENARIO	×	
	IMAGEN DEL CONDUCTOR (ES) O COCONDUCTOR (ES)	×	
	IMAGEN DE LOS INVITADOS	×	
	PLANOS UTILIZADOS	PRIMER	×
		MEDIO	✓
GENERAL		✓	

	SE PRESENTAN O NO IMÁGENES QUE CONCUERDAN CON EL TEMA EXPUESTO	SI
--	---	----

Cuadro no. 3 Programas grabados de la televisión abierta en México, desde el mes de agosto de 2005 al mes de enero de 2006

Nombre del programa	Canal	Horario	Contenido	Conductor (s)
Noticiero con Joaquín López Dóriga	2	10:30 a 11:20 pm, de lunes a viernes	Presentación de noticias	Joaquín López Doriga
Zona Abierta	2	12:00 a 1:00 am, los jueves	Mesa de discusión	Héctor Aguilar Camín
Primer Plano	11	10:00 a 11:00 pm, los lunes	Mesa de discusión	Lorenzo Meyer, Sergio Aguayo,
Espiral	11	10:00 a 11:00 pm, los miércoles	Mesa de discusión	Francisco Zea
Entre lo público y lo privado	13	12:00 a 1:00 am, los miércoles	Entrevistas	Andrés Roemer y Katia D Artigues
El privilegio de mandar	2	10:00 a 10:30 pm, los lunes	Sketchs	
Noticiero 34/12 noticias	34	9:00 a 10:00 pm, de lunes a viernes	Presentación de noticias	Ricardo Rocha
Reporte 13	13	12:00 a 12:30 pm, los jueves	Reportajes, entrevistas, mesa de discusión	Carlos González
Archivo Abierto	11	9:00 a 10:00 pm, los domingos	Noticias, reportajes, entrevistas.	Elisa Alanis
La entrevista con Sarmiento	13	12:30 a 1:00 am, los martes y jueves	Entrevistas	Sergio Sarmiento
Alebrijes. Águila o sol	34	10:00 a 11:00 pm, los domingos	Noticias, reportajes, entrevistas, mesa de discusión	Mari Carmen Cortés, José Yusté, Marco Antonio Mares
Enlace ciudadano	34	8:00 a 9:00 pm, de lunes a viernes	Entrevistas, reportajes, mesa de discusión	Francisco Pimentel
Conexión México	22	9:00 a 10:00 pm, los lunes	Noticias, reportajes, entrevistas.	Gretel Luengas
Antesala	22	2:30 a 3:30 pm, los sábados	Mesa de discusión	Javier Aranda Luna
México Nuevo Siglo	2	12:00 a 12:30 pm, los domingos	Reportajes, entrevistas	
Así la vemos	22	7:30 a 8:00 pm, de lunes a viernes	Mesa de discusión	Rubén Álvarez
La vida en México en el siglo XX	22	2:30 a 3:00 pm, de lunes a viernes	Documental	

FUENTES BIBLIOGRAFICAS

Adler-Lomnitz, et.al., *Simbolismo y ritual en la política mexicana*, Siglo XXI editores, UNAM, México, 2004.

Aguayo, Quezada, Sergio y Acosta, Miguel, *Urnas y pantallas. La batalla por la información*, Academia Mexicana de Derechos Humanos, Editorial Océano, México, 1997.

Almond Gabriel y Verba Sydney, *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en cinco naciones*, Fundación de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada, Madrid, 1970.

Bartra, Roger, *Anatomía del mexicano*, Editorial Porrúa y Janés, México, 2002.

Bauman, Zygmunt, *En busca de la política*, Fondo de Cultura Económica, México, 1998.

Benito, Angel, *La socialización del poder de informar*, Ediciones Pirámide, Madrid, 1978.

Bisbal, Marcelino, “La televisión en Venezuela” en Orozco, Guillermo, (coordinador), *Historias de la televisión en América Latina*, Editorial Gedisa, Barcelona, 2002.

Bobbio, Norberto, et.al., *Diccionario de política*, Volumen I, Siglo XXI Editores, México, 12 edición, 1998.

Bustamante, Enrique, *La televisión económica, Financiación, estrategias y mercados*, Editorial Gedisa, España, 1999.

Capparelli, Sérgio y dos Santos, Susy, “La televisión en Brasil”, en Orozco, Guillermo, (coordinador), *Historias de la televisión en América Latina*, Editorial Gedisa, Barcelona, 2002.

Cassigolli, Salamón, Rossana, “Ciudadanía cultural para la democracia”, documento presentado en la clase de Estudios de la cultura y diversidad latinoamericana, de la maestría en Estudios Latinoamericanos, UNAM, mayo de 2005.

Clastres, Pierre, *Investigaciones en antropología política*, Editorial Gedisa, México, 2001.

Condry, John, “Ladrona de tiempo, criada infiel” en Popper, P. Karl, et.al., *La televisión es mala maestra*, Fondo de Cultura Económica, México, 1ª reimpresión, 2000.

Construyendo el ALBA desde los pueblos. Una propuesta de unidad para los pueblos de Nuestra América, Secretaría de Organización. Congreso Bolivariano de los Pueblos, Ediciones Emancipación, Venezuela.

Cremoux, Raúl, *¿Televisión o prisión electrónica?*, Fondo de Cultura Económica, México, 1979.

Crovi, Druetta, Delia M., “La televisión como instrumento de gobernabilidad”, Toussaint Florence (coordinadora), *Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado*, Ediciones La Jornada, CEIICH, UNAM, México, 1994.

Crovi, Druetta, Delia y Vilar, Alcalde, Josefina, “Canales abiertos de la Ciudad de México: programación y preferencias del público” *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*, Proyecto Monarca, UNAM, 1996.

Dahl, Robert, *La poliarquía*, Fondo de Cultura Económica, México, 1993.

Eco, Umberto, *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*, Editorial Lumen, Barcelona, 1975.

Esteinou, Madrid, Javier, *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*, Editorial Trillas, segunda edición, México, 1992.

Esteinou, Madrid, Javier, “Los medios de comunicación electrónicos, la democracia y la formación de una nueva cultura nacional”, en *Comunicación y Democracia*, CONEICC, México, 1992.

Esteinou, Madrid, Javier, *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*, Editorial Trillas, 2ª edición, México, 1992.

Fernández, Christlieb, Fátima, *La responsabilidad de los medios de comunicación*, Editorial Paidós, México, 2002.

Fuenzalida, Valerio, “La televisión en Chile”, en Orozco, Guillermo, (coordinador), *Historias de la televisión en América Latina*, Editorial Gedisa, Barcelona, 2002.

Garretón, M., Manuel Antonio, “Democratización política pendiente y transformaciones societales. Las consecuencias para la acción colectiva y la cultura política”, en Alcántara, Manuel, Crespo, Ismael, (eds.), *Los límites de la consolidación democrática en América Latina*, Universidad de Salamanca, España, 1995.

Geertz, Clifford, *La interpretación de las culturas*, Editorial Gedisa, España, 6ª reimpresión, 1995.

González, Casanova, Pablo, *La democracia en México*, Editorial Era, México, 1969.

González, Navarro, Manuel, “Participación y cultura política en la psicología social mexicana”, Krotz, Esteban, (coordinador), *El estudio de la cultura política en México (perspectivas disciplinarias y actores políticos)*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México, 1996.

Grossi, Giorgio, “La comunicación política moderna: entre partidos de masa y “mass-media” en *Sociología de la comunicación de masas*, Tomo IV, Nuevos problemas y transformación tecnológica, Gustavo Gilli, México, 1985.

Gutiérrez, Roberto, “La cultura política en México: teoría y análisis desde la sociología”, Krotz, Esteban (coordinador), *El estudio de la cultura política en México (perspectivas disciplinarias y actores políticos)*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Centro de Investigaciones y Estudios superiores en antropología Social, México, 1996.

Guzmán, Cárdenas, Carlos E., *Las cifras de los medios de comunicación en Venezuela 1990-2003. Anuario Estadístico Cultural*, Editorial Fundación Empresas Polar, Venezuela, 2006.

Hernández, García, María Aidé, *El papel de la cultura política en la transición mexicana*, Tesis de Maestría en Ciencia Política, UNAM, México, 2003.

Hirsch, Joachim, *El Estado Nacional de Competencia, Estado, democracia y política en el capitalismo global*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2001.

Infante, Renaldo, “Algunas experiencias de la televisión en el proceso revolucionario cubano”, Tealdo, Ana, Rosa, (editora), *Televisión y democracia en América Latina*, Instituto para América Latina, Perú, 1989.

Krotz, Esteban, “La dimensión utópica de la cultura política :perspectivas antropológicas”, Winocur, Rosalía, (compiladora), *Culturas políticas a fin de siglo*, Juan Pablos Editor, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, México, 1997.

Krotz, Esteban, “La investigación sobre la cultura política en México: visión panorámica de un campo de estudio en construcción”, Winocur, Rosalía (coordinadora), *Algunos enfoques metodológicos para estudiar la cultura política en México*, Editorial Porrúa, Instituto Federal Electoral, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, México, 2002.

Lomnitz-Adler, Claudio, *Las salidas del laberinto, cultura e ideología en el espacio nacional mexicano*, Joaquín Mortiz, Planeta, México, 1995.

Mangone, Carlos y Warley, Jorge (editores), *El discurso político del foro a la televisión*, Editorial Biblos, Argentina, 1994.

Martín, Lipset, Seymour, *The encyclopedia of democracy*, Editorial Board, V. III, United States, 1996.

Martín-Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Ediciones Gili, Barcelona, 1987.

Martín-Barbero, Jesús, *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*, Ediciones Gili, México, 1988.

Mattelart, Armand, *Historia de la sociedad de la información*, Paidós, España, 2001.

Mattelart, Armand y Mattelart, Michel, *Historia de las teorías de la comunicación*, Editorial Paidós, España, 1997.

Mazzioti, Nora, “La televisión en Argentina”, en Orozco, Guillermo, (coordinador), *Historias de la televisión en América Latina*, Editorial Gedisa, Barcelona, 2002.

McLuhan, Marshall, *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Editorial Paidós, España, 1996.

McQuail, Denis, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Editorial Paidós, 2ª edición, México, 1997.

Mejicanos, Carlos, “Apuntes sobre la actividad televisiva en Nicaragua”, Tealdo, Ana, Rosa, (editora), *Televisión y democracia en América Latina*, Instituto para América Latina, Perú, 1989.

Melucci, Alberto, “Esfera pública y democracia en la era de la información”, en *Metapolítica*, Volumen 3, México, 1999.

Mouchon, Jean, *Política y medios. Los poderes bajo la influencia*, Editorial Gedisa, España, 1998.

Orozco, Gómez, Guillermo, “La televisión a fin de milenio: un medio poderoso, cuyo límite es la audiencia”, en *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Universidad Iberoamericana, México, 1996.

Orozco, Gómez, Guillermo, “La televisión en México”, en *Historias de la televisión en América Latina*, Editorial Gedisa, España, 2002.

Orozco, Gómez, Guillermo, “El rescate televisivo, un desafío cultural de la audiencia”, en *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Universidad Iberoamericana, México, 1996.

Orozco, Gómez, Guillermo, “El rescate televisivo, un desafío cultural de la audiencia” en *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Universidad Iberoamericana, México, 1996.

Orozco, Guillermo, (coordinador), *Historia de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, 2002.

Peschard, Jacqueline, (coordinadora), *Cultura política*, Universidad Autónoma Metropolitana, Instituto Federal Electoral, Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública, México, 1996.

Peschard, Jacqueline, *La cultura política democrática*, Cuadernos de divulgación de la cultura política democrática, Instituto Federal Electoral, México, 1996.

Pierre, Cot, Jean, *Sociología Política*, Editorial Blume, España, 1978.

Popper, Karl, “Una patente para producir televisión”, *La televisión es mala maestra*, Fondo de Cultura Económica, México, 1ª reimpresión, 2000.

Quevedo, Luis, Alberto, “Videopolítica y cultura en la Argentina de los noventa”, Winocur, Rosalía, (compiladora), *Culturas políticas a fin de siglo*, Juan Pablos Editor, FLACSO, México, 1997.

Revueltas, Andrea, “Sistema de dominio y cultura política en México”, Peschard, Jacqueline, (coordinadora), *Cultura Política*, Universidad Autónoma Metropolitana, Instituto Federal Electoral, Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública, México, 1996.

Rey, Germán, “La televisión en Colombia”, en Orozco, Guillermo, (coordinador), *Historias de la televisión en América Latina*, Editorial Gedisa, Barcelona, 2002.

Roda, Fernández, Rafael, *Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporáneas*, Siglo XXI editores, España, 1989.

Rodrigo, Alsina, Miquel, *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*, Universidad Autónoma de Barcelona, España, 2001.

Rodríguez, Dorantes, Cecilia, “La cultura antidemocrática de los medios”, Toussaint Florence (coordinadora), *Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado*, Ediciones La Jornada, CEIICH, UNAM, México, 1994.

Rosario, Luis, Antonio, “La televisión puertorriqueña y la televisión estadounidense”, Tealdo, Ana, Rosa, (editora), *Televisión y democracia en América Latina*, Instituto para América Latina, Perú, 1989.

Sartori, Giovanni, *Videopolítica. Medios, información y democracia de sondeo*, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Fondo de Cultura Económica, México, 2003.

Stallings B. Y Peres Wilson, *Crecimiento, Empleo y Equidad*, FCE-CEPAL, México, 2004.

Tejera, Gaona, Héctor, “No se olvide de nosotros cuando esté allá arriba.” *Cultura, ciudadanos y campañas políticas en la Ciudad de México*, Editorial Porrúa UAM, Universidad Iberoamericana, México, 2003.

Thompson, John, *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, 2ª edición, 1998.

Toussaint Florence, “Inequidad y democracia: realidad en los medios electrónicos”, *Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado*, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM, La Jornada, México, 1995.

Toussaint, Florence, (Coordinadora), *Crítica de la información de masas*, Editorial Trillas, Sexta reimpresión, México, 2000.

Toussaint, Florence, *Televisión sin fronteras*, Siglo XXI editores, México, 1998.

Toussaint, Florence, “Espacio público, medios de comunicación y democracia” en Menéndez, Marcín, Ana María, (Coordinadora), *Comunicación Política*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2004.

Trejo, Delarbre, Raúl, *Mediocracia sin mediciones. Prensa, televisión y elecciones*, Ediciones Cal y Arena, México, 2001.

Trejo, Delarbre, Raúl, *Mediocracia sin mediciones. Prensa, televisión y elecciones*, Ediciones Cal y Arena, México, 2001.

Wright, Charles, R., *Comunicación de masas*, Editorial Paidós, 1ª reimpresión, México, 1986.

Hemerografía

Aceves, González, Francisco de Jesús, “Monitoreo de medios y democratización en América Latina. La participación ciudadana en la vigilancia de la función informativa de los medios de comunicación de masas” *Comunicación y Sociedad*, Nueva Época, número 1, enero-junio de 2000.

Baudocco, Gabriel, ¿Por qué la euforia?, *Día Siete*, México, 2002.

Echegollen, Guzmán, Alfredo “Cultura e imaginarios políticos en América Latina”, *Metapolítica*, Volumen 2, Número 7, México, 1998.

Gómez, García, Rodrigo, “El Noticiero y Hechos: una radiografía para comprenderlos”, *Universidad de México*, Revista de la Universidad Nacional Autónoma de México, núm. 582-583, México, julio-agosto de 1999.

Gómez, García, Rodrigo, “TV Azteca y la industria televisiva mexicana en tiempos de integración regional (TLCAN) y desregulación económica”, *Comunicación y Sociedad*, Nueva Época, Número 1, enero-junio de 2004, Universidad de Guadalajara.

La Jornada, 12 de diciembre de 2004.

O'Donnell, Guillermo, “Reflexiones sobre las tendencias de cambio del Estado burocrático-autoritario” en *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 39, núm.1, México, 1977.

Toussaint, Florence, “Medios y elecciones 2006”, *Proceso*, número 1520, México, 18 de diciembre de 2005.

Fuentes electrónicas

Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo, “La concentración de las industrias de la comunicación en América Latina; el reto de una integración económica continental”, en página web: <http://www.rebelión.org/noticia.php2>

Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo, “La concentración infocomunicacional como barrera: el caso de América Latina” en página web: http://www.portalcomunicación.com/dialeg/paper/pdf/66_becerra.pdf

Esteinou, Madrid, Javier, “Siglo XXI, Leyes del Mercado y nuevo proyecto de comunicación en América Latina” en la Revista Electrónica Razón y Palabra, www.razónypalabra.com.mx

www.jornada.unam.mx

www.portal-uralde.com/comunicación-pr.htm

<http://fuentes.csh.udg.mx>

<http://biblioteca.itesm.mx/wiki/doku.php>

<http://www.gobernacion.gob.mx/coloquio>

Vega, Llamas, Elvia, “Análisis del Discurso aplicado a la *Carta* Atenagórica de Sor Juana Inés de la Cruz. Parte II” Universidad de Guadalajara, <http://sincronia.cusch.udg.mx/vega05.htm>