



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
ARAGÓN**

**“EL PRIVILEGIO DE CENSURAR”**

# **VIDEO REPORTAJE**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y  
P E R I O D I S M O  
P R E S E N T A :**

**LILIA GONZÁLEZ TAPIA**

**ASESOR:  
LIC. ALEJANDRO AGUILAR ZAFRA**



**MÉXICO**

**2008**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

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

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

## **Agradecimientos:**

Papi:

Te admiro, eres mi gigante, mi ejemplo a seguir, mi motivación. La palabra *hombre* y tú nacieron al mismo tiempo, tu amor y tus obras hablan por si solas. Gracias por jalarme de tu mano desde pequeña. ¡Te amo!

Mami:

Tu fortaleza, tu entrega de madre, tus consejos y tu gran amor han cimentado los más bonitos principios y valores que hacen de mí hoy, una mujer con la frente en alto. ¡Felicidades a ti!, haz hecho el mejor y el más difícil trabajo: ser la mejor mamá.

Luis Alberto:

Te dedico este trabajo, el principio de mi carrera profesional, eres un ser lleno de bondades y nobleza, tu valentía, esfuerzos y logros me llenan de alegría y orgullo. Siempre estaré contigo porque tus sueños también son los míos. Te amo hermanito.

Elena:

Desde niñas, te he visto para arriba y no precisamente por ser la menor, eres una mujer llena de vida, tus metas y fortaleza contagian, por ello me enorgullece presumir que soy tu hermana, tu cómplice, tu amiga. ¡Siempre juntas nena!

Marlon:

Mi chiquito, espero que siempre encuentres en mí, más que una hermana, una mejor amiga ¡Te adoro! Nunca detengas tus metas, si algún día crees que se complica sólo voltea, ahí estoy yo.

*Lilia González Tapia*

# ÍNDICE

## INTRODUCCIÓN

### PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título.....	1
Tema.....	1
Enunciado del problema .....	1
Delimitación.....	1
Justificación.....	1
Objetivo General.....	2
Objetivos Particulares.....	2
Esquema Preliminar.....	2
Bibliografía.....	2

### DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

Capítulo I. Sátira Política.....	6
Capítulo II. Relación Gobierno-Televisión ¿La pareja del sexenio?.....	11
Capítulo III El Privilegio de Mandar.....	19
Capítulo IV Censura.....	26

### PRODUCCIÓN

Presupuesto.....	33
Day by Day.....	34
Break Down.....	37
Escaleta.....	38
Guión Literario.....	42
Guión de Edición.....	55

CONCLUSIONES.....	72
-------------------	----

### FUENTES DE

CONSULTA.....	74
---------------	----

## INTRODUCCIÓN

La televisión en México es el medio más poderoso para difundir cualquier mensaje debido a su alcance poblacional.

Los mensajes que le llegan a la gente a través de este medio son de gran impacto ya que se enriquecen con imágenes y opiniones. Esto hace que tanto las televisoras como el mundo político abusen del poder que tienen para manipular su programación, dando como resultado la censura y autocensura de las emisiones en relación a sus contenidos.

La relación Gobierno-Televisión en México se ha caracterizado desde sus inicios por ser inseparable, de mutuos acuerdos, sin embargo en el sexenio más reciente, el del presidente Vicente Fox, fuimos espectadores de diversos cambios en el vínculo Televisión – Estado. Uno de los más importantes fue mirar en televisión abierta, en uno de los canales de televisión que observa un número mayoritario del total de la población, para ser exactos en Televisa, un programa de sátira política, donde al burlar y hacer mofa de cada uno de sus personajes, generó con ello un parteaguas de la visión que la televisión ha dado a la política y a los políticos mexicanos.

A simple vista, lo anterior pareció convertirse en una mayor apertura para los medios de comunicación en cuanto a libertad de expresión se refiere, pero no se puede dejar de lado esa dependencia de la televisión hacia el político y la del político hacia la televisión y que ambas tienen intereses y prioridades que siempre van antes de las que la sociedad necesita. Y es ese colectivo quien también necesita saber cuándo está siendo engañado y descubrir la forma en que se moldea su opinión.

Este programa que se transmitió de octubre de 2004 a junio de 2006 llevó por título “El Privilegio de Mandar” y es tan sólo un ejemplo de un programa con apertura aparente, libre en sus contenidos, sin embargo, en sus diálogos y la

exposición de temas se manifestaba la autocensura de la empresa que lo transmitió y del poder político.

Las sociedades dependen en gran medida de los medios de comunicación masivos. La televisión ha destacado por ser el medio que concentra más espectadores debido al alcance con el que cuenta, hoy día es mínimo el porcentaje de población que no tiene un televisor en casa y es ahí donde se entera de los temas cruciales del país.

Así políticos y medios se utilizan mutuamente y la sociedad presa de este contubernio queda aislada en la desinformación.

## DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.

### SÁTIRA POLÍTICA.

La sátira de acuerdo a la definición que da el diccionario de la Real Academia Española es la “composición poética u otro escrito cuyo objeto es censurar acremente o poner en ridículo a alguien o algo”.

La palabra sátira puede ser usada en diversos sentidos, ya que su significado original es el de “una obra literaria de género especial, en la que los vicios, la tontería, las estupideces y las injusticias se exponen para ridiculizarlos y despreciarlos”<sup>1</sup>. Junto a esto, lo que mejor sintetiza una definición de sátira sería “el proceso de atacar mediante el ridículo dentro de cualquier medio de expresión, y no solamente en la literatura”<sup>2</sup>, es decir, ésta puede hacerse también a través del dibujo; más específicamente, a través de la caricaturización del personaje, o de un hecho o situación, de manera que si esto se aplicara a un prominente personaje de la política se le rebajaría hasta el mundo de los simples y comunes mortales.

Importante es señalar que los medios a través de los cuales se expresa la sátira y los temas que ésta trata son a menudo efímeros, hay un arte de la sátira común a todos los medios de expresión y sus ámbitos, de hecho se pueden distinguir mejor en las grandes obras de la literatura satírica.

La sátira, en sí, puede abarcar muchos temas, pero el más destacado que aborda es el de la política, ya que en él, “el escritor satírico capta con agudeza las flaquezas y debilidades de los hombres públicos, las exhibe con crudeza o con viva intención crítica y nos deja un testimonio utilísimo como expresión del sentimiento de los contemporáneos”<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Hodgart, Matthew. La Sátira. p. 7.

<sup>2</sup> *Ibíd.*

<sup>3</sup> Donoso, Ricardo. La Sátira Política en Chile. p. 8.

De esta forma, la sátira parte de la contemplación del mundo con una postura mental cargada de crítica y hostilidad, pero a la vez con una mezcla de indignación e irritación al constatar, a través de diversas situaciones, la existencia de la estupidez y vicios de la humanidad, así queda claro que la percepción del mundo, que tiene la sátira es bastante oscura.

De esta manera, el enojo que existe por parte del satírico nace del sentido de superioridad y desprecio que siente hacia su víctima, ya que su aspiración es que ésta se humille, de esta manera no encuentra mejor manera de hacerlo que a través de la risa despreciativa.

Para que la sátira se convierta en arte y no sea una mera postura, debe continuar su denuncia agresiva con algún rasgo estético que produzca placer en quien participa como espectador, así, este último llega a identificarse con el satírico y compartir su sentido de superioridad. Sin embargo, esto por si solo no es suficiente, ya que “deben haber dentro de la sátira otras fuentes de placer como ciertos juegos de sonidos y palabras, o el tipo de relación que llamamos ingenio, por ejemplo”<sup>4</sup>. Todos estos elementos pueden ser bellos o intrigantes por sí mismos, independiente del tema que trate la sátira.

En una auténtica sátira no sólo se deben manifestar elementos como la capacidad de abstracción y el ingenio, sino que resulta fundamental la presencia del componente fantasioso, que forma parte de toda sátira verdadera. La fantasía contiene siempre un ataque más o menos violento hacia las personas y situaciones y una visión fantástica del mundo, ya que “está escrita para entretener pero contiene agudos y reveladores comentarios sobre los problemas del mundo en que vivimos”<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> *Ibíd.*

<sup>5</sup> *Ibíd.* p.11

Y eso específicamente fue lo que se presentó en algunos medios de comunicación en el sexenio más reciente, con el presidente Vicente Fox; pues a diario vimos una sátira, por lo menos en el mundo televisivo, ya que se convirtió común el hecho de mofarse y burlarse de toda la clase política, hasta del mismo presidente. De esta forma se trastocaron las formas con las que habitualmente se trataba a la política en este medio como algo de tacto y respeto.

Anteriormente sólo se podía observar estos espectáculos, con tintes de sátira política en los teatros, recordemos que la sátira política nace en las carpas políticas y posteriormente en el teatro de revista.

Y es apenas con el programa “El Privilegio de Mandar” que transmitió la cadena Televisa que esta forma de crítica con todas sus características se traslada a la televisión. Por ello, el éxito de la emisión fue desmesurado, al poder hacer llegar a los hogares, la crítica política que por años estuvo alejado de la televisión y representa muy bien al país, puesto que los moneros y caricaturistas de los periódicos en México que han sido de los más reconocidos y famosos por el trabajo que desempeñan y que a diario demuestran en los diarios.

Desde hace algunos siglos el mundo satírico en nuestro país se volvió la mejor manera de representar los problemas políticos y económicos que afectan al grueso de la población.

Aunque la sátira por si sola, tiene la finalidad de burlarse y mofarse y de esta manera divertir a su público, deja entrever un poco la realidad; sin embargo, es muy importante recalcar que no está catalogada como una fuente de información veraz, pues como recordamos la definición de sátira se basa teóricamente en el hecho de exaltar las debilidades y defectos de algo, en este caso del mundo político.

La diferencia en esta sátira política que se presentó en televisión a la que, en años anteriores, se veía en teatros y carpas, es que ayuda a crear *personajes virtuales*,

dándoles, si se quiere, cierto prestigio a unos y quitándole a otros; ya que esto también lo hacía la sátira teatral, el poder modificar en segundos las características de cada personaje, por la facilidad que la televisión tiene para crear imágenes. Las televisoras saben el poder que tienen y de alguna manera lo utilizan para moldear dichas imágenes.

La televisión está en el centro de la vida pública y en el debate cultural en la mayoría de las sociedades afectadas por la actual globalización. (Giddnss y Thompson) sostienen que las sociedades modernas han presenciado la ampliación de la esfera pública, esto merced a los medios de comunicación, ya que ellos aportan una mayor visibilidad a los discursos y a las acciones de carácter público.

El televidente, en este caso, tiene en sus manos, la compra de estos *personajes virtuales*, y generalmente al ser la televisión, el medio con más influencia y el más consumible, el espectador suele quedarse con la imagen que la televisión le muestra de los personajes políticos.

Por tanto, la imagen que un candidato a un puesto de elección popular transmite se ha estudiado tradicionalmente desde dos perspectivas: la de quienes creen que la imagen la determina el comunicador y la de quienes creen que es determinada por el receptor.

En un estudio sobre la imagen política, Nimmo y Savage (1976) sugerían que formáramos las imágenes con lo que sabemos sobre la otra persona, sea con información correcta o incorrecta. O bien con los que ocasiona su presencia visual y con las expectativas que nos crea.

La televisión ha contribuido de manera directa a todas las transformaciones que se han producido en la forma de hacer campañas políticas de las últimas décadas y muy especialmente ha dado pie a la personalización de la política.

Muchos consideran que el medio de la televisión es el arma más poderosa para persuadir, pero es a la vez un *ojo vigilante* (McCubbins, 1992) que permite observar más de cerca y más a menudo a los candidatos, quizá demasiado, hasta el punto de llegar a provocar, sugiere Meyrowitz (1985), un deterioro del respeto y la confianza de los ciudadanos en sus gobernantes.

La televisión es el medio propio para hacer sentir a los telespectadores que conocen “de cerca” a quienes aparecen en pantalla y la sátira política es utilizada para esto. Concentración, discrecionalidad y contenidos de mala calidad son las tres coordenadas que describen a esta industria.<sup>6</sup>

En nuestros días y en nuestro mundo, la sátira se ha cimentado de manera más firme, lo que nos dice que es ya casi imposible que los medios de comunicación la dejen de lado en su diario vivir, cualquiera que éste sea.

En este rubro, las empresas televisivas tienen a su alcance, a través de los contenidos satíricos, el apoyar o expresar sus ideas, porque de manera indirecta pueden mostrar ciertas cuestiones del mundo político, puesto que la relación que lleva con él es mucho más estrecha. Consecuentemente, el mexicano mantiene una íntima relación con la televisión (Televisa, Tv Azteca) y consume las ideas que ambas televisoras le muestran.

En la gama de programaciones que la televisión ofrece, la sátira política forma parte y está al alcance de cualquier televidente, el cual debe entender que la principal finalidad de hacer sátira es burlarse y ridiculizar los actos, en este caso, políticos y a los mismos personajes.

---

<sup>6</sup> Villamil, Jenaro. La televisión que nos gobierna. p. 9.

## **RELACIÓN GOBIERNO-TELEVISIÓN.** **¿LA PAREJA DEL SEXENIO?**

La relación entre el gobierno y los dueños de la televisión ha existido desde siempre, la famosa frase de Emilio Azcárraga “El Tigre” donde declaró que *Televisa era soldado del presidente*, describe muy bien el estrecho vínculo que han tenido el gobierno y la televisión desde el surgimiento de ésta.

Sin embargo, esta frase ya no tiene vigencia, pues cambió totalmente el formato y el rol de los personajes, es decir, hoy los soldados de Televisa son los políticos.

Y es que sí, efectivamente, con el gobierno del “cambio” se modificaron varias cosas como la Ley Federal de Radio y Televisión que convirtieron al presidente en soldado de Televisa.

Recordemos que el ex presidente Fox, como candidato a la presidencia en 1999, era muy popular, que cimentó su carisma gracias a los medios de comunicación, concretamente fue la televisión, quien a través de transmitir su imagen logró que ésta sedujera a los mexicanos.

Ya en su gestión como presidente, el 10 de octubre de 2002 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el decreto presidencial para derogar el impuesto del 12.5 por ciento a la radio y la televisión.

La indignación pública fue todavía mayor porque ni siquiera fue él quien diera a conocer dicha noticia, sino Bernardo Gómez, vicepresidente de Televisa fue quien se encargó de anunciar el decreto con el que se derogaba el impuesto.

El mensaje fue claro: Tv Azteca y Televisa lo aplaudieron.

La oposición a esta decisión, fue de parte de legisladores, algunos del Partido Acción Nacional (PAN) caso del senador Javier Corral y la diputada María Teresa Gómez Mont.

Para estos legisladores, el presidente Fox estaba protegiendo a las televisoras al abrogar el reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión de 1973 cambiando, entre otras curiosidades, el artículo 38, que se refiere al derecho de la réplica, violando la ley y subordinándose públicamente a Televisa.

De esta manera el derecho de la réplica queda en manos de las televisoras. Ahora, si un ciudadano considera que los datos relevados en algún medio han sido falsos, tiene 48 hrs. para replicar y les corresponde a los directivos del medio “valorar” si la denuncia tiene sustento o no.

Los cambios jurídicos realizados en el último sexenio fueron trascendentales. En el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz se le impuso a las concesiones un impuesto: al principio fue del 25 por ciento por la concesión, pero en la negociación que realizó Emilio Azcárraga Vidaurreta con el presidente Díaz Ordaz, este quedó en la mitad: en el ahora famoso 12.5 por ciento, el cual se pagaría en especie.

Televisa ahora dice ahora que el gravamen se les impuso justo en 1968, para censurar a los medios; además afirma también les fue impuesto para coartar su libertad por televisar las masacres del dos de octubre.

Lo curioso es que hasta la fecha, ahora ya libres de censura, no han sacado un sólo documental de esas imágenes, supuestamente censuradas.

Lo cierto es que en 1969 fue Azcárraga Vidaurreta, dueño de lo que antes era Telesistema Mexicano, quien negoció con el gobierno, a cambio de pagar menos impuestos por el uso de las concesiones. que hoy en día da vida a un monopolio.

Con esta decisión, el gobierno de Fox, le vendió al pueblo varias falsedades , ya que el presidente anunció ante la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión que la ciudadanía tendría participación directa en la fijación de criterios en cuanto a los contenidos de la programación. Con esta declaración se pensaría en una mayor apertura y menor censura en los contenidos programáticos, etc. Lo que no se anunció fue que en el artículo 47 del citado reglamento se dice que un

representante de la sociedad civil organizada será integrante del Consejo Nacional de Radio y Televisión con voz, pero sin voto.

Trabajos como los de Julio Silva Colmenare “Los verdaderos dueños del país”, Hernando Martínez Pardo “La información y la opinión “ han puesto al descubierto las tramas que se tejen alrededor de la televisión, desnudando las profundas relaciones que existen entre los medios de comunicación y los grupos financieros y políticos de gran ingerencia en el manejo del país.

En México, la población económicamente favorecida controla aproximadamente el 73 por ciento de los medios de comunicación, de esta manera cuando el control de la información está monopolizado por un grupo de poder que antepone el escándalo ante la noticia, el drama a la información y además manipula la realidad, los medios electrónicos se convierten en espacios de exclusión social que perpetúan el racismo, el sexismo y la violación de la independencia en las concesiones gubernamentales de comunicación.

En el sexenio de Vicente Fox, este empoderó a los monopolios y excluyó a la sociedad civil organizada de los medios concesionados por el Estado. De esta forma se consolidó la industria monopólica en México que dominan el sector de las telecomunicaciones.

A pesar de que esos monopolios (Televisa, Tv Azteca, Telmex, etc) están prohibidos por la Constitución, en la práctica muchas empresas de la rama de las comunicaciones se comportan de esta forma debido al gran poder económico que tienen y sobre todo al poder que ejercen en determinados mercados de bienes y servicios.

Aunado a ello, el 31 de marzo de 2006 tuvo lugar una más de las subordinaciones del gobierno foxista ante el poder mediático. Esto cuando el Senado de la República aprobó, sin cambio alguno y con una fuerte discusión de por medio, las reformas a la Ley Federal de Radio, Televisión y Cinematografía, lo cual

representó entregarle completamente el espectro televisivo a las dos empresas televisivas privadas: Televisa y Tv Azteca, sin el pago de impuestos por concepto de utilización de la señal, propiedad del Estado.

Este, sin duda, fue un plan de negocios, no una iniciativa de ley para mejorar las condiciones para ejercer un buen papel educativo y de entretenimiento a través de la televisión.

Haciendo un balance, la relación entre los medios electrónicos con el poder político en México, ésta fue durante las siete décadas del régimen autoritario del Partido Revolucionario Institucional (PRI), de sumisión y complicidad.

El gobierno constriñó el comportamiento de los medios al controlar los temas que ahí se exhibían para así manipular a la opinión pública, aunque trataba de no suprimir por completo ciertas temáticas, para ofrecer así una fachada democrática al mundo entero.

Televisa es propiedad de una de las familias más adineradas del país, ya que desde los inicios de la radio y la televisión controlaron su funcionamiento comercial, la familia Azcárraga y Tv Azteca fue adquirida por la familia Salinas Pliego, cuando el gobierno decidió deshacerse de Imevisión la televisión estatal.

Hoy, la relación más importante de la televisión mexicana sigue siendo con el poder económico, dada la naturaleza de las inversiones requeridas para contar con un espacio de este tipo, pero sin lograr una independencia total del poder político, ya que de él dependen sus concesiones.

El aumento en la influencia de la televisión sobre la opinión pública volcó a partidos y gobiernos hacia este medio para transmitir sus mensajes, lo que se volvió evidente en las campañas electorales de 2006 por la presidencia de la República, donde los partidos gastaron gran cantidad de sus presupuestos.

Hay que resaltar que después de la victoria de Vicente Fox, el poder de la televisión mexicana creció sin contrapeso alguno; puesto que mientras los diarios

perdían lectores, el porcentaje de los mexicanos que se informaban a través de la televisión aumentaba.

Hoy día, el gobierno se inclina ante el poderío de la imagen televisiva, lo mismo que los actores políticos que se doblegan ante su peso, pero también la usan como vía para que a través del video-escándalo y las declaraciones explosivas, la política se convierta en espectáculo.

Ahora no es exagerado señalar que la televisión en México se ha convertido en un poder fáctico con tanta o mayor influencia que las instituciones de partidos políticos que la cobijaron. Siendo la fuente más importante de información, entretenimiento y cultura para millones de mexicanos; generadora y reproductora de valores, expectativas, ilusiones y, sobre todo, de imagen y credibilidad para los políticos instalados en la era del espectáculo y la popularidad.<sup>1</sup>

Los dueños de la industria televisiva han sabido mover sus relaciones y han cabildeado para que este ordenamiento mantenga los altos grados de discrecionalidad y concentración en la relación entre el Estado, la sociedad y el medio de la Televisión.<sup>2</sup>

Los intereses de la sociedad no cuentan. Y es que, hoy en día las circunstancias le han dado la oportunidad a los medios televisivos, como es el caso de Televisa, para consolidarse en el mercado de la comunicación como un líder.

Como sabemos, el líder es siempre el primero en entender una problemática, en clarificarla y en decidir la mejor alternativa de resolución. Los grupos y las masas generalmente no poseen la visión de largo alcance que les permite identificar sus propias necesidades; generalmente necesitan a alguien lo suficientemente perspicaz como para identificar todas las posibles implicaciones de un asunto y clarificarlas de un modo entendible y comunicable.

---

<sup>1</sup> *Ibíd.*.

<sup>2</sup> *Ibíd.*, p. 59

Las habilidades comunicativas son fundamentales para lograr generar expectativas ricas en potencial persuasivo. Quien sabe transmitir de un modo claro, comprensible y persuasivo logra integrar consensos y voluntades grupales en apoyo a sus proyectos.

Cuando se logra que alguien aprenda a hacer algo a través de nuestra guía, se establece un vínculo de dependencia que subsiste a través del tiempo, tal es el caso de esta relación Gobierno - Televisión.

Las motivaciones del liderazgo son poder y prestigio, que es la recompensa para quien invierte tiempo y esfuerzo "sirviendo a la sociedad".

Televisa es un claro ejemplo, con la programación que maneja, de ser un líder de apoyo, un líder creativo ante la sociedad, especialista en la ejecución táctica de la campañas presidenciales; aquel que desarrolla las actividades de comunicación y propaganda de los candidatos, así como las actividades novedosas y de alto significado.

Y, al presentar una telenovela política como lo fue *El Privilegio de Mandar*, se representa como un estilo autocrático, pero sustentado en méritos castrenses. Se muestra como un personaje casi mítico, con imagen de valiente y audaz. Presumiblemente existen tintes patrióticos en sus méritos. Es individuo admirado y con liderazgo moral, aunque en el fondo responda a sus ambiciones personales.

El poder a comparación de la autoridad reside en la fortaleza del líder: ya que en la autoridad, el poderío proviene de la institución que le respalda. El poder también responde a las ambiciones personales de quien lo ejerce. Este ejemplo, estaría representado por Televisa, y la autoridad.

El poder es absoluto e ilimitado. La autoridad es una encomienda que delega una institución en un individuo para que vigile el cumplimiento de funciones o normas.

Algo que visiblemente en nuestro país está ausente, ya que hay un poder compensatorio, el cual se ejerce a través del truke o compra de favores: políticos que corrompen para obtener apoyos, funcionarios públicos que consiguen apoyo de los medios a cambio de dinero. Este tipo de poder (compensatorio) surge del poder de negociación del dirigente, quien compra el respaldo de quienes le son importantes. La expectativa de recompensa se sustenta en este estilo de poder.

En esta segmentación social donde nos encontramos diferentes características entre quienes compran o no la programación televisiva, se clasifican de la siguiente manera según quienes estudian el marketing político:

*Los integrados:* Son las masas fácilmente manipulables a través de campañas publicitarias de tipo retórico. Imitan todo lo que parece seductor. Son compradores compulsivos de todo lo que se les ofrece: objetos, sensaciones, ideologías, propuestas políticas y sociales. Se dejan seducir por ideas y propuestas extravagantes, por simplistas y radicales. Son extrovertidos.

Carecen además de opinión propia, convicciones y expectativas de largo alcance. Son inestables y carentes de disciplina.

La frivolidad y superficialidad es su estilo de vida natural. En las campañas votan por gente simpática y carismática y las mujeres de este segmento por candidatos guapos. Su voto lo emiten impulsivamente y sin sustento. Generalmente desconocen la plataforma política del candidato por el que votan. Les importa poco los partidos políticos.

Terminan conformando el grupo de indecisos que de última hora definen intempestivamente la balanza en las contiendas electorales. Les seducen los candidatos populistas. Su principal característica es que son altamente emocionales.

Por otro lado se encuentran *los apolíticos*: las masas pragmáticas, pesimistas, derrotistas, desinteresadas, poco participativas, introvertidas, con actitud negativa frente a la vida. Tienden a prestar exagerada atención a los fracasos.

Generalmente no se entusiasman por nada y frente a nuevas propuestas responden siempre con analogías de hechos fallidos. Se perciben a sí mismos como realistas y hacen una virtud de su pesimismo, interpretándola como madurez. Generalmente carecen de propuestas concretas que aportar y sin embargo, descalifican todas las que se les presentan. En las contiendas electorales no participan porque consideran que su participación jamás logrará ser decisiva. Forman parte del porcentaje de abstencionistas.

*Los politizados*: Son el segmento conformado por personas cultivadas intelectualmente e ideologizadas. Son minoría en cualquier país. Son apasionados, comprometidos, idealistas y participativos.

Generalmente se integran a algún partido político o por lo menos se sienten identificados con él y se ubican como simpatizantes.

Su voto lo emiten en forma razonada y después de comparar ofertas políticas.

*Las masas marginales*: Es el segmento de personas que están en nivel de sobrevivencia económica. Generalmente se dejan seducir por ofertas políticas populistas, donde destaca la generación de empleos y la inversión en programas de seguridad social. Son fácilmente manipulables a través de la generación de expectativas. Emiten su voto y participan dirigidos por la necesidad.

Los medios de comunicación de masa contribuyen cada vez más a moldear las preferencias políticas, son instrumentos indispensables en la creación y destrucción de consensos, se han vuelto escenarios, pero también protagonistas del poder.

Son, notoriamente exigentes con el poder político. Su presencia en la vida pública es innegable. Han llegado a ser actores de los conflictos<sup>3</sup>. Madeleine Albright, cuando fue embajadora de Estados Unidos en las Naciones Unidas, dijo de manera descriptiva en febrero de 1994: “No hay duda que la televisión se ha convertido en el décimo sexto miembro del Consejo de Seguridad”.

Y es que, lo que la televisión hace es crearle una imagen a cualquier político con aspiraciones de llegar a la cúspide de la fama del poder y cuando el pueblo lo elige, este tiene mayor capacidad de “supervisar”lo”.

Cada día crece más la tendencia a considerar que los medios, en especial la televisión, es el único, o por lo menos el más importante, espacio donde puede ser procesado el consenso político; ya que no hay comunicación de masas alejada de la política.

El monopolio televisivo ya le “tomó la medida” a la clase política. El interés público se ha subordinado al interés de la iniciativa privada.

---

<sup>3</sup> Homs, Ricardo. Marketing para el liderazgo político y social. p. 38.

## **EL PRIVILEGIO DE MANDAR.**

*El Privilegio de Mandar* fue un programa de sátira política, surgió como consecuencia del éxito de un sketch del programa La Parodia, que como su nombre lo indica se dedica a parodiar todo tipo de temas; el sketch tuvo tanto éxito que se convirtió en un programa independiente, una de las emisiones con los más altos niveles de audiencia de la empresa.

Consistió en la parodia de los hechos políticos de actualidad interpretados por actores que personificaban a los principales actores políticos del país, incluyendo al entonces presidente Vicente Fox, su esposa Martha Sahagún, los candidatos presidenciales Felipe Calderón Hinojosa, Andrés Manuel López Obrador y Roberto Madrazo Pintado, y otros políticos como Elba Esther Gordillo, Mario Marín Torres y Diego Fernández de Cevallos, incluso se llegó a imitar al presidente venezolano Hugo Chávez.

La historia se desarrollaba en la colonia "El Relaxo" con "x", en donde se mostraban tres historias de los sectores más importantes de dicha colonia, la del pueblo, con Mary (Angélica Vale) y Canti (Carlos Espejel), la de los servidores públicos, representados por nuestros "poleceas" y voceadores de la colonia y los dirigentes de la asociación de colonos, encabezada por el presidente "Chente", siempre acompañado de su fiel amigo y colaborador Santiago.

Uno de los más importantes personajes fue el del jefe de manzana "Andrés Manuel", quien a lo largo de la historia, se vio envuelto en distintos conflictos como el caso del sonado desafuero; el de su obsesiva "complotmanía", el de su vínculo con Ponce, su ex director de finanzas de la manzana, quien fue grabado apostando en la Feria de San Marcos, o la construcción del segundo piso y su retraso en la entrega del mismo.

El programa se transmitía los domingos a las 22:00 hrs., con una duración de 30 minutos.

### **Características de los personajes principales.**

- Andrés Manuel (Germán Ortega) también conocido como El Peje, parodia del candidato a la presidencia, Andrés Manuel López Obrador del PRD (Partido Revolucionario Democrático).
- Roberto Campa (Freddy Ortega). Fue candidato a la presidencia por el Partido Nueva Alianza.
- Canti (Carlos Espejel). Designado a veces como “Carlinflas”, habitante de la Colonia “El Relaxo”. Representaba a la gente de México, conocido antes como “el pueblo”. La parodia de un cómico mexicano del mundo famoso: Mario Moreno Cantinflas.
- Chente (Alfonso Villalpando) La forma corta de decir “Vicente” en nuestro país, parodiando al entonces presidente de México ( Vicente Fox Quezada) siendo el presidente de la Colonia “El Relaxo”.
- Cuauhtémoc (Arath de la Torre), el nombre de Cuauhtémoc Cárdenas, ex candidato del PRD para la presidencia en México (1988,1994,2000) e hijo de Lázaro Cárdenas del Rio, presidente de México en 1934-1940.
- Felipe Calderón (Eduardo España) candidato a la presidencia en ese entonces del PAN, hoy presidente de nuestro país.
- Martita (Isabel Pantowsky), representando a Martha Sahagún, esposa del entonces presidente Vicente Fox.
- Roberto (Arath de la Torre) también conocido como Madrazo, candidato del PRI a la presidencia de México en 2006.
- El Vocero (Jorge Arvizu, el tata) representando al portavoz oficial del presidente Vicente Fox.
- Carlos Loharé de Mole ( Arath de la Torre), parodia del periodista Carlos Lort de Mola
- Dámela Micha (Consuelo Duval), parodia a la periodista Adela Micha
- Marcos (Carlos Espejel) parodia del líder de la guerrilla zapatista
- Mariano Palacios (Pierre Angelo) parodia del consultor de Roberto Madrazo.

- El innombrable (Germán Ortega) referente al ex presidente de México de 1988-1994 Carlos Salinas de Gortari.
- Irma (Angélica Vale) parodia de la actriz Irma Serrano
- Kamel Nacif (Pierre Angelo) parodia del dueño de un imperio textil.
- Maria (Angélica Vale) novia de “Canti” en la colonia “El Relaxo”
- Montiel (Freddy Ortega), parodia de el ex candidato a jefe de gobierno para el Edo. de México.
- Nico (Herson Andrade) parodia del chofer de Andrés Manuel.
- Ponce (Herson Andrade) parodia del hombre de negocios Gustavo Ponce.
- René ( Arath de la Torre) parodia del político mexicano René Bejarano.
- Rosario Robles (Angélica Vale) parodia de la ex jefa de gobierno del Distrito Federal de 1997-2000

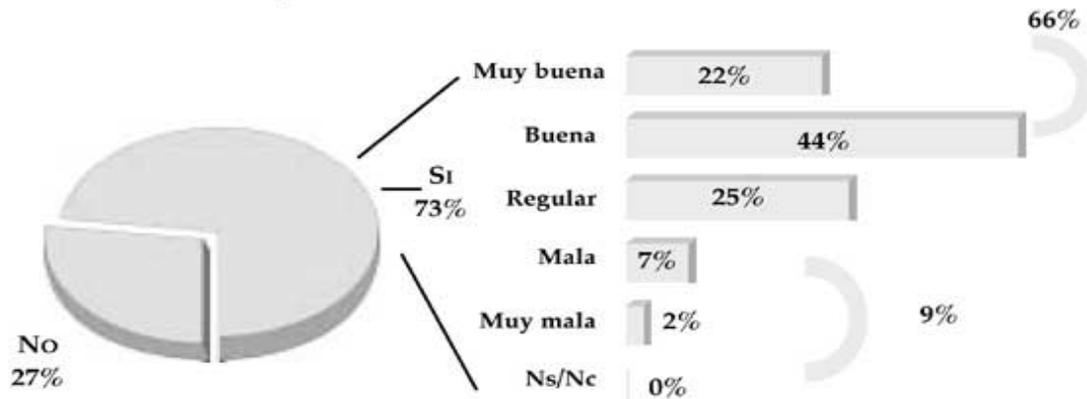
Muchas fueron las opiniones que se suscitaron con este programa tanto en la sociedad como entre los parodiados. En el contexto de las elecciones de 2006, por ejemplo, el candidato Andrés Manuel López Obrador se quejó públicamente diciendo que este programa dio una imagen distorsionada de su persona, acusando a la empresa Televisa de pretender afectarlo presentándolo como autoritario o ridículo.

Del lado de los televidentes, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Vivienda de Prametría, que se aplicó del 25 al 29 de agosto de 2005, siete de cada diez mexicanos vieron este programa, de los cuales el 66% tuvieron una opinión positiva de él y únicamente el 9% expuso que no le agradaba.

## EL PRIVILEGIO DE MANDAR:

¿Usted ha visto o no el programa de televisión el Privilegio de Mandar?

¿Y cuál es su opinión sobre este programa?



**NOTA METODOLÓGICA.** Estudio: Encuestas de vivienda. Representatividad: Nacional. Número de entrevistas: 1000. Nivel de confianza estadística: 95%.

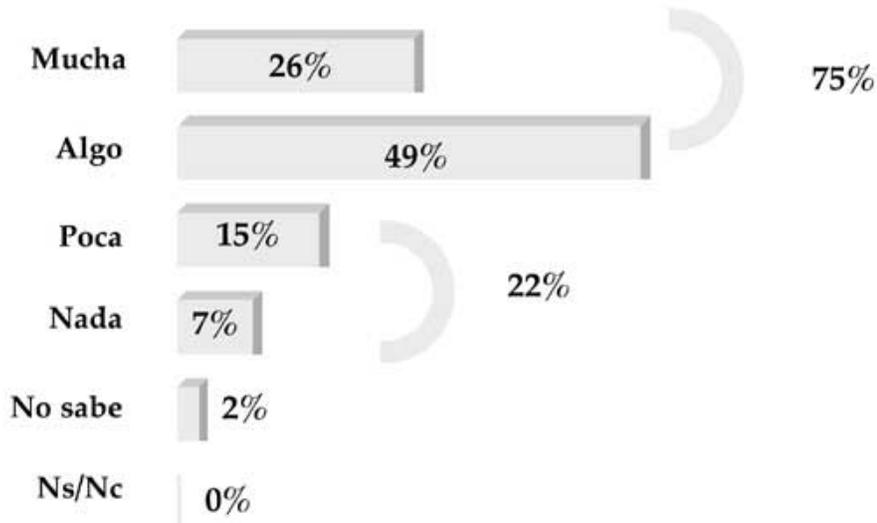
Margen de error (+/-) 3.1%. Diseño, muestreo y análisis: Parametría SA de CV.

Operativo de Campo: Grupo Biseca. Método de muestreo: Aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño. Unidad de muestreo: Las secciones electorales reportadas por el IFE

Fecha de levantamiento: del 25 al 29 de agosto del 2005.

De quienes vieron el programa, el 75% consideró que informaba mucho sobre las cuestiones políticas nacionales. Lo cual implica que dada la forma en que estaba estructurado *El Privilegio de Mandar*, probablemente no sólo divertía e informaba, sino que formó opiniones en algunos sectores de la población respecto a los políticos y temas electorales.

En su opinión, el programa de televisión *El privilegio de mandar* ¿qué tanta información proporciona sobre la situación política-electoral del país?  
(Considerando sólo a quienes han visto el programa)



**NOTA METODOLÓGICA.** Estudio: Encuestas de vivienda. Representatividad: Nacional. Número de entrevistas: 1000. Nivel de confianza estadística: 95%.

Margen de error (+/-) 3.1%. Diseño, muestreo y análisis: Parametría SA de CV.

Operativo de Campo: Grupo Biseca. Método de muestreo: Aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño.

Andrés Manuel López Obrador, candidato del PRD a la presidencia en el año 2006, declaraba que lo sentía al programa como parte de una campaña en su contra. Acusó a Televisa y en especial al programa *El Privilegio de Mandar* de formar parte de un contubernio político encabezado por el ex presidente Carlos Salinas, financiado por el banquero Roberto Hernández, y con la complicidad de Emilio Azcárraga Jean, para aplastarlo, pues según declaraba no quieren “perder sus privilegios”.

Cuando se le dedicó la primera parte de un episodio del programa en hacer burla y mofa de la declaración que había hecho, refiriéndose al presidente como Chachalaca, comentó que eso ya no era spot, era tan solo un manejo de contenidos. Sencillamente meter una orientación: Andrés Manuel el autoritario.

Desde Televisa, acusó, se insinúan muchas cosas y declaró: “Aprovecho para mandar un mensaje respetuoso al dueño de Televisa, Emilio Azcárraga Jean, que vamos a estar muy pendientes de los contenidos y que los medios de comunicación tienen la obligación de informar con objetividad y profesionalismo, y que no se pueden convertir en el fiel de la balanza.”

En varios medios afirmó que el mensaje que le estaban dando al pueblo de él era de autoritario.

El Privilegio de Mandar concluyó su emisión con un mensaje editorial de Televisa, en el cual se criticó la impugnación de Andrés Manuel López Obrador a las elecciones presidenciales del 2 de julio de 2006.

Y es que, en ese último capítulo que se transmitió una semana antes de las votaciones presidenciales se presentó el episodio de “Las elecciones” donde en el programa satirizaban a Andrés Manuel llegando muy temprano a votar el domingo 2 de julio y una comitiva especial de periodistas lo recibía. Ya en la noche Felipe Calderón y López Obrador celebraban de su triunfo, cada quien por su lado, sintiéndose ya ganadores, incluso sin saber el resultado.

Después se muestra en esta misma emisión, ya acabada la cuenta de los votos, la declaración de Felipe Calderón como el triunfador. Por su parte, Andrés Manuel aparece luchando contra los resultados y convocando a una reunión en el zócalo capitalino.

La aparición de Roberto Madrazo en este último capítulo solo mostraban su derrota por varios puntos debajo de los otros candidatos.

Este último capítulo se muestra la propaganda política que Televisa hacía por medio de la serie.

Durante los primeros minutos de este episodio, las parodias de diversos personajes sucedieron como de costumbre, hasta que la comicidad desapareció para dar lugar al personaje de Canti, interpretado por Carlos Espejel, representando al pueblo, quien subió al estrado para interrumpir a El Peje y pedirle que:

“... presente las pruebas que dice o acepte el resultado” de las elecciones.

Lo anterior, fue una de las frases que llenaron los dos últimos minutos del programa.

Si bien, anteriormente se presentaron proyectos de comedia política, como Hechos de Peluche, que debutó el 4 de noviembre de 1996 en Tv Azteca, nunca antes se había dedicado un horario estelar para parodiar el ambiente político con actores de carne y hueso.

Los partidos políticos, han demostrado, en cualquier parte del país, quiérase o no, que hoy viven su peor crisis. Hoy carecen de credibilidad porque como institución política han perdido definición y posicionamiento frente a la sociedad.

## CENSURA.

La censura es el uso del poder, por parte del Estado o de algún grupo influyente, para controlar la libertad de expresión. La censura criminaliza ciertas acciones o la difusión de las mismas. En un sentido moderno, la censura consiste en cualquier intento de prohibir que la información, los puntos de vista o cualquier forma de expresión como el arte o el habla “vulgar” sea expuesto de forma masiva a la sociedad mexicana. La censura se lleva a cabo con el fin de mantener el status quo, controlar el desarrollo de una sociedad o suprimir la disconformidad de un pueblo sometido. Por eso, es muy común la censura hacia ciertos grupos sociales de parte del gobierno.

La censura puede ser explícita, como una ley que se aprueba para impedir que cierta información sea difundida, o en la forma de intimidación gubernamental o hasta la censura popular, en donde la gente tiene miedo de expresar o apoyar ciertas opiniones por temor a perder su vida, trabajo posición en la sociedad, o en la academia, su credibilidad académica.

La censura es un aspecto típico de las dictaduras y otros sistemas políticos autoritarios.

Y es que, esa censura se da en parte por la relación antes mencionada (Gobierno-Televisión). Amparo Cadavid, fundadora de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) se pregunta ¿Cómo inciden estas condiciones en el quehacer de los medios? La respuesta la conduce a una serie de operaciones principales a través de las cuales los medios definen su inserción en unas *lógicas profesionales* que a su vez, dan lugar a una variedad de “rutinas productivas” en las que lo económico y político muestran su incidencia. De acuerdo con la investigación mencionada, una de estas operaciones y de las más importantes es la Censura y la autora la define, en este sentido, de la siguiente manera:

Son las presiones ejercidas en forma directa para prohibir la difusión de ciertos temas o programas que suelen resultar “incómodos” a los intereses de quienes practican, sean gremios de la producción, agrupaciones partidistas, instituciones del Gobierno o particulares con poder de decisión, o en su defecto, de intimidación.

Sin embargo, existen casos de censura en países que tienen gobiernos en apariencia democráticos, y no sólo en sus administraciones nacionales, sino que también los avances contra la libertad de prensa se ven en administraciones municipales y comunales. En este caso, se utilizan medios de presión más sutiles, como eliminar programas críticos hacia el gobierno, directamente de las emisoras de televisión y radio, o bien, a través de presiones políticas y económicas a los órganos de dirección de las empresas.

Ante casos como éstos, ciertos pensadores consideran que los nuevos métodos de la censura incluyen otras tentativas de suprimir perspectivas o ideas, como la propaganda, la manipulación de los medios de comunicación o la desinformación. Los métodos anteriores, funcionan diseminando información engañosa, lo cual hace menos receptivo el público a otras ideas.

A veces, una información específica y única, cuya existencia casi no es conocida por el público, y es mantenida en la situación de una sutil cercanía a la censura se le considera como “subversiva” o “inconveniente” para salir a la luz pública debido a que va en contra de los propios intereses de los dueños del medio de comunicación.

La fiebre de censurar siempre está presente en aquellas personas que se consideran superiores a los demás y poseedores de la verdad absoluta; que creen que sus convicciones políticas, religiosas, éticas y morales deben regir no sólo su comportamiento, sino también el de todos los demás humanos. “Si la libertad

significa algo, es el derecho de decirles a los demás lo que no quieren oír”. Esta cita de George Orwell encabeza el artículo “Contra la censura” de Allan Psicobyte que, ante el veneno de la censura, recomienda el mejor antídoto, la tolerancia:

“La única solución viene, en mi opinión, de manos de la tolerancia, Si hay algo que mi religión, ética u opción política me prohíben ver o conocer, solo tengo que apartar mi mirada. Pero no puedo prohibir a los demás lo que los demás no tienen derecho a prohibirme: el libre ejercicio de las libertades de expresión y pensamiento. El único límite que se le puede poner a la libertad de cada uno es la libertad de los demás. Si lo que yo pueda decir sólo puede perjudicar a quien me escuche, éste siempre tiene la opción de no escucharme. Sólo si lo que yo expongo puede perjudicar directamente a los derechos de un tercero existe una razón para guardar silencio.”

Es innegable que los medios en general, y en especial la televisión, son más autónomos frente al poder político que hace tres décadas. Recuérdese todavía la feroz autocensura de Televisa, en ese entonces Telesistema Mexicano, durante el movimiento del 68 o la invisibilidad de las protestas contra los fraudes priístas. Sin embargo, esto no ha redundado en mayor libertad de expresión y en mejor información. Por el contrario, día con día la pantalla comercial exhibe un retroceso: confunde libertad de expresión con propaganda mediática; no existen fronteras entre la intimidad y el espectáculo, entre el derecho a la privacidad y la especulación que da por hecho que las cosas suceden de cierta manera. En un peculiar estilo, la televisión enjuicia, condiciona, gobierna.<sup>1</sup>

Un poder concentrado en dos grandes empresas (Televisa y Tv Azteca) distorsiona la competencia real, atenta contra la libertad de expresión y genera expresiones graves de autocensura. Un poder concentrado es enemigo de la rendición de cuentas y la transparencia. Es la lógica impecable de la concentración.

---

<sup>1</sup>Villamil, Jenaro. La televisión que nos gobierna. p.10.

El tiempo marca la hora de una reforma legal que capitalice el potencial más grande de la televisión: la posibilidad real de crear ciudadanos participativos, críticos, informados.

La clave de la concentración está no sólo en la propiedad de las concesiones de unas cuantas manos, sino también en la discrecionalidad que se ampara en una ley antigua, caduca y proclive a proteger el monopolio. La Ley Federal de Radio y Televisión es uno de los pocos ordenamientos jurídicos que surgió en la cumbre del modelo autoritario del sistema político mexicano, en 1960 y durante más de cuarenta años sólo ha tenido modificaciones mínimas, muchas de ellas contrarias a una genuina modernización.<sup>2</sup>

Lo anterior deja abiertas las respuestas para quienes serán en un futuro inmediato los estudiosos del fenómeno mediático en México.

Por el otro lado está la forma de persuadir al televidente con programaciones de este tipo. Las campañas electorales se convierten en rituales de persuasión, en la pantalla televisiva, lo que conlleva a que se mezclen todos los elementos para contribuir a crear opiniones y perfiles de los contendientes políticos.

Ese intento de persuasión se lleva a cabo a través de unas estrategias de comunicación más o menos sofisticadas, en las que se mezclan personalidades y cuestiones políticas.

La persuasión es comunicación intencionada y premeditada<sup>3</sup>.

El que busca persuadir hace una recomendación clara, la manifieste o no explícitamente en sus mensajes, y la recomendación debe ser entendida por el público al que se dirige. De ahí también, el otro término que conlleva a ser utilizado: La manipulación.

*Manipular* significa robar a las personas su libertad de elección<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> *Ibíd.*, p. 12

<sup>3</sup> Martín Salgado, Lourdes. Marketing Político: arte y ciencia de la persuasión en democracia. p. 45.

<sup>4</sup> *Ibíd.*.

Cuando alguien intenta persuadir manipulando, está utilizando al receptor de su mensaje como un medio para sus propios fines y le niega la oportunidad de juzgar lo que más le conviene.

Aristóteles consideraba que el ethos, el carácter del que comunica, es un factor tan importante para persuadir como lo son el propio mensaje o las características del público receptor.

Ha crecido la impunidad, el excesivo mercantilismo y la indefensión del ciudadano ante los usos y abusos de la pantalla.

La inversión de los políticos, partidos y de los propios poderes de la Unión (Ejecutivo, Legislativo y Judicial), en la televisión, se ha transformado en una especie de barril sin fondo; cuanto más le destinan a comprar espacios de tiempo-aire en televisión, mayor es el grado de dependencia y de poder del veto de los concesionarios para imponer sus propias reglas.<sup>5</sup>

Parafraseando a José López Portillo, los políticos “pagan para que no les peguen” pero, de todas maneras, la televisión tiene como filosofía “pegar para que paguen más”.

El artículo 58 de la ley vigente de Radio y Televisión establece un precepto: “El derecho de información, de expresión y de recepción, mediante la radio y la televisión, es libre y consecuentemente no podrá ser objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la Constitución y de las leyes”.

Es un ordenamiento que prohíbe la censura y consagra los derechos fundamentales de los artículos 6° y 7° constitucionales, pensados en términos de ciudadanía y no de empresa. En múltiples ocasiones, el texto de este ordenamiento se ha usado como bandera para proteger la libertad de empresa de

---

<sup>5</sup>Villamil, Jenaro. La televisión que nos gobierna. p. 60.

los concesionarios, pero no para defender los derechos ciudadanos esenciales expresados en la primera parte del artículo (el derecho de información, de expresión y de recepción).

De tal forma, en muchas ocasiones el principal enemigo no es la censura ejercida desde el poder político contra los contenidos televisivos. Sino la *autocensura* dictada por los intereses comerciales, políticos e ideológicos del monopolio televisivo. Los derechos a la información, expresión y recepción son constantemente alterados al no existir posibilidad real de que el sujeto pasivo (el ciudadano convertido en “auditorio”) pueda demandar su cumplimiento cabal.

Los otros artículos que regulan expresamente aspectos de los contenidos televisivos son el 59-bis (sobre programación infantil), el 64 (que prohíbe transmitir noticia, mensajes o propaganda “contrarios a la seguridad del Estado o el orden público”)el 67, 68, 69 y 70 (regulan la publicidad de las tele-transmisiones), el 71 (ordena la autorización de la Secretaría de Gobernación para realizar programas de concurso) y el artículo 77 (ordena que la televisión y la radio “como medios de orientación para la población del país”, incluirán programas informativos diarios).

Otro punto que no podemos dejar de lado es *La publicidad electoral en televisión*. Sin duda uno de los grandes temas de la reforma electoral y de la reforma de televisión es la regulación de la publicidad política y, en especial, de la publicidad electoral. La contienda presidencial de 2000 fue, ante todo, una competencia de marketing televisivo, en condiciones de inequidad y a costos exorbitantes. La tendencia se reafirmó en los comicios federales de 2003 y se ha hecho presente en todas y cada una de las contiendas electorales.

La preocupación central es la siguiente: la falta de regulación y el hecho de que más del 70 por ciento de los recursos públicos destinados a los partidos se destinen a la propaganda televisiva, plantea una severa distorsión de la contienda política misma. El riesgo de que el dinero sea destinado a la pantalla y no el voto ciudadano el que defina los puestos de elección popular y la viabilidad de los

partidos, es un t3pico que preocupa no s3lo en M3xico sino en toda Am3rica Latina y Estados Unidos.

En la nueva iniciativa de *Ley Federal de Radio y Televisi3n* se orient3 en sus inicios hacia el tema del acceso gratuito a la televisi3n, sin plantear regulaciones posteriores a la publicidad pagada, quiz3 porque en esos momentos la competencia era mucho menor y la televisi3n jugaba un papel secundario en la promoci3n de precandidatos y candidatos.

La *Ley Federal Electoral* de 1973, durante el sexenio de Luis Echeverr3a, estableci3 por primera vez el derecho de los partidos pol3ticos a tener acceso gratuito a la radio y a la televisi3n, pero limitada a 10 minutos quincenales y a la participaci3n en programas colectivos. La Ley Federal de Organizaciones Pol3ticas y Procesos Electorales (LEOPPE), de 1977, extendi3 esa garant3a de forma permanente. Estableci3 que la Comisi3n Federal Electoral determinar3a el tiempo a cada partido pol3tico sin que ninguno fuera inferior a los 15 minutos fijos mensuales para cada partido pol3tico de forma permanente y reafirm3 que la duraci3n de las transmisiones se incrementar3a en tiempos electorales.

Tras la crisis poselectoral de 1988, la primera reforma de la era reciente, la de 1990, incluy3 nuevas disposiciones en el *C3digo Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe)*.

Estableci3 criterios proporcionales para incrementar la duraci3n de los programas destinados a los partidos pol3ticos durante los periodos electorales. Por primera vez, dispuso que cada uno de los partidos y organizaciones pol3ticas pod3an contratar espacios en radio y televisi3n, en el entendido de que las tarifas no deb3an ser "superiores a la publicidad comercial". Tres a3os despu3s, en 1993, la segunda reforma electoral del salinismo estableci3 condiciones de equidad en la contrataci3n de tiempos comerciales de radio y televisi3n, limit3ndolos exclusivamente al per3odo de campa3as electorales. Al mismo tiempo, dej3 abierta la posibilidad para que los partidos pol3ticos y los concesionarios, a trav3s de

“acuerdo de voluntades” por escrito, formalizarán la contratación de espacios. La tercera disposición facultó al nuevo órgano independiente, el Instituto Federal Electoral (IFE), a acordar con la CIRT lineamientos generales para el tratamiento informativo de los noticieros.

## CONSIDERACIONES FINALES.

La televisión nos introduce a un mundo que, en esencia, es presentado como *el real*. Nos propone cómo ser, qué tener, que saber, como sentir. Es un acompañante de nuestra intimidad, al grado de que la moldea.

El interés que despierta radica en hecho sustancial: hoy no sólo es un aparato doméstico más ni el principal vehículo de comunicación e información de la sociedad moderna, sino un complejo símbolo que domina e influye, que trasciende los ámbitos privados y públicos, que se hace presente en diversos espacios laborales y cotidianos: en las redacciones periodísticas, en las aulas universitarias, en las tiendas de autoservicio, en las casas de campaña de los partidos políticos, en las oficinas públicas- en especial las que se dedican a monitorear los medios-, en las empresas y consorcio.

He aquí, la importancia del hecho de vivir en una sociedad de la comunicación y la información globalizadas, cuya propuesta virtual se ha convertido en un eje del quehacer político, social, cultural y económico.

Pues, ha dejado de ser un instrumento más en la batalla por ganar poder, para ser en sí misma, un poder que determina a los otros.

Hoy las contiendas políticas en vez de ganarse con votos se ganan en las audiencias televisivas y, por el contrario, las derrotas mediáticas son más fuertes y decisivas que otras para un candidato, un gobernante, un partido o una institución social.

Prevalece la imagen que vende más, no el individuo que propone y convoca.

La televisión puede, paradójicamente, esconder mostrando. Exhibiendo otra cosa de lo que debería mostrar, y no hace lo que se supone que debe hacer, es decir, informar. Incluso llega a mostrar la realidad, pero de tal manera que no vuelve insignificante lo importante.

La televisión apela a la dramatización, en el doble sentido: pone en escena, un hecho y exagera su importancia. La gravedad y el carácter dramático, trágico

de la imagen está dominado por palabras. Cada palabra de los presentadores, evoca las responsabilidades que ante millones de teleespectadores exponen, ya que, palabras crean fantasmas, temores, fobias o, simplemente, muestran representaciones falsas. Los periodistas, grosso modo, se interesan en lo que es excepcional para ellos. Lo que puede ser banal para otros podrá ser extraordinario para ellos y a la inversa. Se interesan en lo que rompe con lo ordinario, lo que no es cotidiano.

Está dispuesto a cualquier cosa, y como se copian mutuamente para ganarle a los otros la primicia.

Esta búsqueda interesada, encarnizada, de lo extraordinario, puede tener, como las consignas directamente políticas o las autocensuras inspiradas por el temor a la autoexclusión, efectos políticos. Disponiendo de esta fuerza excepcional que es la imagen televisiva, los periodistas pueden producir efectos sin equivalentes. La visión cotidiana de los barrios marginales, con su monotonía y con su color gris, no dice nada a nadie, no interesa y a los periodistas menos que a nadie, pero si les importara lo que pasa verdaderamente mostrarlo, sería extremadamente difícil. No hay nada más difícil que hacer sentir la realidad en toda su banalidad. Flaubert solía decir “hay que pintar bien al mediocre”. Es el problema con el que se encuentran los sociólogos: volver extraordinario lo ordinario; evocar lo ordinario de manera que la gente vea hasta qué punto es extraordinario.

Estamos en peligro cuando los votantes son engañados por la imagen de los candidatos en la televisión y cuando sus planteamientos son presentados de forma ficticia. Estamos en peligro cuando los televidentes compran todo de un programa televisivo.

## PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.

### TÍTULO.

El Privilegio de Censurar.

### TEMA.

Censura en televisión.

### ENUNCIADO DEL PROBLEMA.

Mostrar la censura que sufrió el programa “El Privilegio de Mandar”, debido a los intereses políticos de la empresa que lo transmitió.

### DELIMITACIÓN.

En este video-reportaje voy a exponer la censura que sufrió el programa “El Privilegio de Mandar” que se transmitió de octubre de 2004 a junio de 2006 por Televisa.

### JUSTIFICACIÓN.

A raíz de la entrada al poder de Vicente Fox, fue expuesto en la televisión mexicana un programa de comedia con una tendencia muy precisa por parte de la empresa que lo transmitió con el fin de criticar, a través de la risa, los actos políticos del país y de sus protagonistas.

Como televidentes es importante que tengan en cuenta el fin que busca el producto del que son consumidores ya que, de esta forma puedan crearse una opinión propia y no tomar una impuesta.

Como bien sabemos, las masas necesitan orientarse, requieren de un mecanismo que las conduzca sobre un camino. Veremos cómo desempeño Televisa siendo esta su función con el espectador.

Mi video pretende contestar las preguntas básicas de la comunicación. ¿Qué producto se le vendió al pueblo mexicano?, ¿Cómo se realizó dicho producto?, ¿Cuándo el arte se convierte en talento por recibir un salario? ¿Dónde se manifestó la censura? y ¿Por qué producir este tipo de programación?

### OBJETIVO GENERAL.

Mostrar la censura que sufrió el programa “El Privilegio de Mandar”, debido a los intereses políticos de la empresa que lo transmitió.

### OBJETIVOS PARTICULARES.

- Mostrar el aprovechamiento por parte de los realizadores de programa con un alto número de espectadores para centrar sus propios intereses.
- Exponer la confianza y credibilidad que el televidente tiene a este tipo de programación.
- Mostrar la existencia de la autocensura
- Exponer el uso de poder para influenciar a la sociedad.
- Ejemplificar, con el programa “El Privilegio de Mandar”, las consecuencias de orientar a una masa con este mecanismo.

### ESQUEMA PRELIMINAR.

Capítulo I. Sátira Política.

Capítulo II. Relación Gobierno –Televisión ¿La pareja del sexenio?.

Capítulo III. El Privilegio de Mandar.

Capítulo IV. Censura.

### BIBLIOGRAFÍA.

- Canel, María José Comunicación Política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información. Ed. Tecnos, Madrid, 1999.
- Colombo, Furio Televisión: la realidad como espectáculo. Gustavo Gili, Barcelona, 1976.
- Fernández Christlieb, Fátima La responsabilidad de los medios de comunicación. Ed. Paidós, México, 2002.

- Grimson, Alejandro Audiencias, Cultura y poder: estudios sobre la televisión. Ed. Eudeba, Buenos Aires, 1999.
- Homs, Ricardo Marketing para el liderazgo político y social México, Ed. Planeta, 1998.
- Huertas, Fernando Televisión y Política. Editorial Complutense, Madrid, 1994.
- Iyengar, Shanto Televisión y opinión pública: Información es poder. Ed. Gernika, México 1993.
- Martín Salgado, Lourdes Marketing Político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia. Editorial Paidós, Papeles de Comunicación, Barcelona, 2002.
- McCubbins, Mathew D The democratic dilemma: can citizens learn what they really need to know. Editorial Cambridge University, Estados Unidos 1998.
- Melrowitz, Joshua Creer en la era de los medios. Editorial Peiac, Estados Unidos 1992.
- Pratkanis, Anthony La era de la propaganda: uso y abuso de la persuasión. Ediciones Paidós, Barcelona-Buenos Aires-México, 1994.
- Quezada, Abel El mexicano y otros problemas. Ed. Mortiz, México, 1976.
- Richeri, Giuseppe La televisión: entre servicio público y negocio. Ed. Gili, Barcelona, 1982.

- Rodríguez Castañeda, Rafael Prensa vendida: Los periodistas y los presidentes. Ed. Grijalbo, México, 1992.
- Trejo Delarbre, Raúl Mediocracia sin mediaciones: prensa, televisión y elecciones. Ediciones Cal y Arena, México, 2001.
- Vilches, Lorenzo Manipulación de la información televisivo. Ed. Cátedra, España, 1988.
- Villamil, Jenaro El poder del rating: De la sociedad política a la sociedad mediática. Ed. Plaza & Janes Editores, México, 2005.
- Villamil, Jenaro La televisión que nos gobierna. Ed. Grijalbo Mandori, México, 2007.

#### TESIS:

- Geminiano Melchor, Laura, Análisis de la libertad de medios masivos 1989-1993,México: El autor, 1995, 94p. Tesis Licenciatura (Licenciado en Economía)-UNAM, Facultad de Economía.
- Gutiérrez Carreon, Daniel Israel, Caja promocional para programas producidos por Televisa: México : El autor, 2000, 127 p. Tesis Licenciatura (Licenciado en Diseño Gráfico)-UNAM, Escuela Nacional de Artes Plásticas.
- Martínez Merling Raúl, Televisión: Ideología, poder político y publico en México 1982-1988, México: El autor, 2000., 98 p. Tesis Maestría (Maestría en Ciencias de la Comunicación)-UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

- Montiel Oropeza, María de Lourdes, Libertad de expresión: amenazas y muerte, México: El autor, 1993, 238p. Tesis Licenciatura (Licenciado en Ciencias Políticas y Administración Pública)-UNAM, Facultad de ciencias Políticas y Sociales.

#### PÁGINAS WEB:

- UNAM, Dirección General de Bibliotecas, DGB-UNAM 1997-2008, <http://bc.unam.mx/>
- AVIZORA, Cuanto más sepas mejor, 2001 m. Avizora.com, [http://www.avizora.com/biblioteca/biblioteca\\_b/biblioteca\\_b\\_0001.htm](http://www.avizora.com/biblioteca/biblioteca_b/biblioteca_b_0001.htm)
- WIKIMEDIA, La enciclopedia libre, Wikimedia Foundation In, [es.wikipedia.org/wiki/Literatura\\_de\\_humor](es.wikipedia.org/wiki/Literatura_de_humor) - 34k
- Creative Commons, Mundo cruel, Jommia, [www.mundocruel.com/noticias/ultimas\\_noticias.htm](http://www.mundocruel.com/noticias/ultimas_noticias.htm) - 46
- Abebooks, pasión por los libros, AbeBooks Inc. & AbeBooks Europe GMBH, [www.iberlibro.com/busca/cgi-bin/shop?com=busca&texto=humor](http://www.iberlibro.com/busca/cgi-bin/shop?com=busca&texto=humor)

#### HEMEROGRAFÍA:

- CRUZ VILLEGAS, Eréndira, “Urge una Reforma Integral de los Medios”, *La Jornada*, México D.F, martes 28 de febrero de 2006, p.6.
- NORBERTO, Ángel, “Esperan los artistas que Felipe Calderón tenga una buena actuación”, *Diario de México*, México D.F, lunes 11 de septiembre de 2006, p.10.
- ALEMÁN, Ricardo, “La realidad política supera a la más audaz de las F; parodias” *El Universal*; México D.F, domingo 27 de agosto de 2006, p.14.

PRESUPUESTO.

Título: El Privilegio de Censurar.  
Productora: Lilia González Tapia.  
Duración: 28 minutos.  
Tipo de programa: Video-reportaje.  
No. de programa: Único.

a) Investigación

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL	IMPUESTO	TOTAL
Transporte				\$154. 00		\$ 154, 00
Comida				\$ 300,00		\$ 300, 00
Fotocopias				\$ 352, 00		\$ 352, 00
Internet	hrs.	20	\$ 10, 00	\$ 200, 00		\$ 200, 00
Impresiones	pieza	168	\$ 2, 00	\$ 336, 00		\$ 336, 00
Curso-taller en producción televisiva			\$ 8,000	\$ 8, 000		\$ 8, 000

Total Investigación: \$ 9, 342

b) Grabación del reportaje

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL	IMPUESTO	TOTAL
Micrófono	pieza	1	\$ 180, 00	\$180. 00		\$ 180, 00
Cassette MiniDV	pieza	10	\$ 35, 00	\$ 350,00		\$ 350, 00
CD Música mp3	pieza	8	\$ 15,00	\$ 120, 00		\$ 120, 00
Transporte			\$ 750, 00	\$ 750, 00		\$ 750, 00
Gastos varios			\$ 300, 00	\$ 300, 00		\$ 300, 00

Total grabación del reportaje: \$ 1, 700

c) Edición y post-producción

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL	IMPUESTO	TOTAL
Editor	obra	1	\$ 1, 550	\$1, 550		\$ 1, 550

Total edición y post-producción: \$ 1, 550  
**Total : \$ 12, 592**

DAY BY DAY.

*El Privilegio de Censurar.*

Producción y Realización: Lilia González Tapia.

Locación: Ext./ Int.

Día 1

Fecha: 31 de marzo de 2007

<b>HORARIO:</b> 12:00 hrs.	Exterior	Día	Grabación: Entrevista
<b>ASPECTOS:</b>			
<b>ENTREVISTA:</b> Jenaro Villamil			
<b>LOCACIÓN:</b> Av. Reforma (Turibus)			
<b>SECUENCIA:</b>	<b>Necesidades Técnicas y Materiales:</b> cámara, tripié, baterías, cassettes mini-dvc, micrófono, lavalier inalámbrico, micrófono de mano alámbrico.		

Día 2

Fecha: 14 de mayo de 2007

<b>HORARIO:</b> 11:00 hrs.	Interior	Día	Grabación: Entrevista
<b>ASPECTOS:</b>			
<b>ENTREVISTA:</b> Sergio Sarmiento			
<b>LOCACIÓN:</b> Oficina Tv Azteca			
<b>SECUENCIA:</b>	<b>Necesidades Técnicas y Materiales:</b> cámara, tripié, baterías, cassettes mini-dvc, micrófono, lavalier inalámbrico, micrófono de mano alámbrico.		

Día 3

Fecha: 16 de mayo de 2007

<b>HORARIO:</b> 15:00 hrs.	Exterior	Día	Grabación: Sondeo
<b>ASPECTOS:</b>			
<b>ENTREVISTA:</b> Sondeo			
<b>LOCACIÓN:</b> Av. Reforma			
<b>SECUENCIA:</b>	<b>Necesidades Técnicas y Materiales:</b> cámara, tripié, baterías, cassettes mini-dvc, micrófono, lavalier inalámbrico		

Día 4

Fecha: 25 de mayo de 2007

<b>HORARIO:</b> 09:00 hrs.	Interior	día	Grabación: Entrevista
<b>ASPECTOS:</b>			
<b>ENTREVISTA:</b> Denise Dresser			
<b>LOCACIÓN:</b> Oficina ITAM			
<b>SECUENCIA:</b>	<b>Necesidades Técnicas y Materiales:</b> cámara, tripié, baterías, cassettes mini-dvc, micrófono, lavalier inalámbrico, micrófono de mano alámbrico.		

Día 5

Fecha: 1 de junio de 2007

<b>HORARIO:</b> 13:00 hrs.	Exterior	Día	Grabación. Entrevista
<b>ASPECTOS:</b>			
<b>ENTREVISTA:</b> Javier López			
<b>LOCACIÓN:</b> Televisa			
<b>SECUENCIA:</b>	<b>Necesidades Técnicas y Materiales:</b> cámara, tripié, baterías, cassettes mini-dvc, micrófono, lavalier inalámbrico, micrófono de mano alámbrico.		

Día 6

Fecha: 11 de junio de 2007

<b>HORARIO:</b> 10:20 hrs.	Interior	Día	Grabación: Entrevista
<b>ASPECTOS:</b>			
<b>ENTREVISTA:</b> Roberto Madrazo			
<b>LOCACIÓN:</b> Oficina			
<b>SECUENCIA:</b>	<b>Necesidades Técnicas y Materiales:</b> cámara, tripié, baterías, cassettes mini-dvc, micrófono, lavalier inalámbrico, micrófono de mano alámbrico.		

Día 7  
Fecha: 17 de junio de 2007

<b>HORARIO:</b> 11:00 hrs.	Exterior	Día	Grabación: Aspectos
<b>ASPECTOS:</b> Gente viendo televisión			
<b>ENTREVISTA:</b>			
<b>LOCACIÓN:</b> Calle, casas			
<b>SECUENCIA:</b>	<b>Necesidades Técnicas y Materiales:</b> cámara, tripié, baterías, cassettes mini-dvc,		

Día 8  
Fecha: 27 de junio de 2007

<b>HORARIO:</b> 9:00 hrs.	Exterior	Día	Grabación: Aspectos
<b>ASPECTOS:</b> Bandera, centro histórico, gente			
<b>ENTREVISTA:</b>			
<b>LOCACIÓN:</b> Centro Histórico			
<b>SECUENCIA:</b>	<b>Necesidades Técnicas y Materiales:</b> cámara, tripié, baterías, cassettes mini-dvc,		

Día 9  
Fecha: 28 de junio de 2007

<b>HORARIO:</b> 11:00 hrs.	Exterior	Día	Grabación: Aspectos
<b>ASPECTOS:</b> Centro Histórico			
<b>ENTREVISTA:</b>			
<b>LOCACIÓN:</b> Torre Latinoamericana			
<b>SECUENCIA:</b>	<b>Necesidades Técnicas y Materiales:</b> cámara, tripié, baterías, cassettes mini-dvc,		

BREAK DOWN.

Título del Reportaje: El Privilegio de Censurar.

Producción y Realización: Lilia González Tapia.

Asesor: Alejandro Aguilar Zafra.

Duración: 28 minutos; Tipo de producción: Video-reportaje; Producción: Unitaria.

<b>Día</b>	<b>Sec</b>	<b>Locación</b>	<b>Int/Ext</b>	<b>Día/Noche</b>	<b>Descripción</b>	<b>Personaje</b>	<b>Equipo</b>	<b>Utilería</b>
1		Av. Reforma	Exterior	Día	Entrevista	Jenaro Villamil	Básico	
2		Oficina Tv Azteca	Interior	Día	Entrevista	Sergio Sarmiento	Básico	
3		Av. Reforma	Exterior	Día	Sondeo		Básico	
4		Oficina ITAM	Interior	Día	Entrevista	Denise Dresser	Básico	
5		Televisa San Ángel	Exterior	Día	Entrevista	Javier López	Básico	
6		Oficina	Interior	Día	Entrevista	Roberto Madrazo	Básico	
7		Casas, calle	Interior/Exterior	Día	Aspectos	Gente viendo televisión	Básico	
8		Centro Histórico	Exterior	Día	Aspectos	Gente, bandera	Básico	
9		Torre Latinoamericana	Exterior	Día	Aspectos	Ciudad	Básico	

ESCALETA.

<b>EFX/ VFX</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TIEMPO PARCIAL</b>
F.I	Barra de Colores	15"
C.D	Negro	10"
C.D	Pizarra	8"
C.D	Título	3"
C.D	Pantalla en negro	2"
C.D	Escudo UNAM	4"
C.D	Escudo Fes Aragón	4"
C.D	Bite Denise Dresser	3"
C.D	Bite Jenaro Villamil	6"
C.D	Bite Sondeo	2"
C.D	Bite Sondeo	1"
C.D	Bite Sergio Sarmiento	5"
C.D	Bite Javier López	3"
C.D	Bite Jenaro Villamil	4"
C.D	Bite Denise Dresser	5"
C.D	Bite Sergio Sarmiento	8"
C.D	Bite Roberto Madrazo	3"
C.D	Bite Javier López	6"
C.D	Bite Sergio Sarmiento	2"
C.D	Bite Sondeo	3"
C.D	Bite Jenaro Villamil	9"
C.D	Bite Javier López	4"
Transición	Stock. Carlos Salinas	3"
C.D	Sergio Sarmiento.	12"
C.D	Roberto Madrazo	22"
C.D	STOCK.- Roberto Madrazo	7"
C.D	Sergio Sarmiento	28"
C.D	Denise Dresser	7"
Diss	STOCK.- Martita Según	4"
Diss	FOTO Sátira Política	3"
C.D	Roberto Madrazo	27"
C.D	Denise Dresser.	13"
C.D	Jenaro Villamil	9"
C.D	Denise Dresser	12"
Transición	Roberto Madrazo	43"
C.D	Jenaro Villamil	6"
Transición	Sergio Sarmiento	14"
Diss	Jenaro Villamil	7"
C.D	Sergio Sarmiento	10"
Diss	Denise Dresser	17"

Transición	Foto. Relación Gobierno- Televisión.	3"
Diss	Sergio Sarmiento	10"
C.D	Jenaro Villamil	24"
C.D	Stock.- Carlinflas	5"
C.D	Denise Dresser	7"
C.D	Stock.- Santiago Creel	4"
C.D	Roberto Madrazo	8"
C.D	Stock.-Carlinflas	4"
C.D	Sergio Sarmiento	14"
Transición	Stock.- Madrazo y Elba Esther	10"
C.D	Roberto Madrazo	31"
C.D	Stock.- Santiago Creel	3"
Transición	Denise Dresser	48"
Diss	Stock.-Elba Esther	4"
Diss	Foto El Privilegio De Mandar	3"
C.D	Javier López	13"
C.D	Roberto Madrazo	11"
Transición	Sondeo Griselda Villaseñor	5"
C.D	Jenaro Villamil	12"
C.D	Sondeo Dagoberto	3"
C.D	Denise Dresser	10"
C.D	Javier López	8"
C.D	Stock.- Sketch El Varo	1"
C.D	Jenaro Villamil	14"
C.D	Stock.- AMLO	3"
C.D	Javier López	6"
C.D	Roberto Madrazo	19"
C.D	Stock.- Roberto Madrazo	3"
C.D	Roberto Madrazo	7"
C.D	Sondeo Dagoberto	8"
C.D	Jenaro Villamil	18"
C.D	Stock.- Martita Según	3"
C.D	Sondeo Dagoberto	10"
Diss	Stock.- Cuatemochas	2"
C.D	Sondeo Karina	6"
C.D	Sondeo Mariano Ortiz	5"

Transición	Javier López.	12"
Transición	Sondeo Karina	2"
C.D	Stock.- Peje	4"
C.D	Jenaro Villamil	10"
C.D	Stock.- Carlinflas	10"
Transición	Javier López	2"
C.D	Jenaro Villamil	15"
C.D	Javier López	9"
C.D	Sergio Sarmiento	16"
C.D	Javier López	6"
C.D	Sondeo Rubén Barajas	2"
C.D	Sondeo Karina	4"
C.D	Sondeo Dagoberto	11"
C.D	Sondeo Rafael López	7"
C.D	Sondeo Cuauhtémoc García	3"
C.D	Roberto Madrazo	8"
C.D	Jenaro Villamil	11"
C.D	Sergio Sarmiento	18"
Transición	Javier López	14"
C.D	Jenaro Villamil	18"
C.D	Sergio Sarmiento	10"
C.D	Sondeo Rubén Barajas	1"
C.D	Sondeo Josué López	8"
Diss	Sondeo Miguel Rivero	7"
C.D	Foto Censura	3"
C.D	Jenaro Villamil	6"
C.D	Sergio Sarmiento	21"
C.D	Denise Dresser	17"
C.D	Stock.- Santiago Creel	3"
C.D	Jenaro Villamil	29"
Diss	Sergio Sarmiento	10"
C.D	Stock.-Bejarano	4"
C.D	Sergio Sarmiento	4"
C.D	Jenaro Villamil	11"
C.D	Stock.- Peje	3"
C.D	Javier López	24"

C.D	Sergio Sarmiento	9"
C.D	Javier López	5"
C.D	Roberto Madrazo	16"
C.D	Stock. Carlinflas	2"
C.D	Sergio Sarmiento	3"
C.D	Stock. Diego	2"
C.D	Jenaro Villamil	22"
C.D	Sergio Sarmiento	9"
C.D	Sondeo Rafael López	4"
Transición	Denise Dresser	34"
Transición	Roberto Madrazo	46"
C.D	Denise Dresser	29"
C.D	Stock. Fox	1"
C.D	Denise Dresser	22"
C.D	Jenaro Villamil	36"
C.D	Stock.- Carlinflas	10"
Transición	Roberto Madrazo	23"
C.D	Stock.- peje	3"
Diss	Sergio Sarmiento	10"
C.D	Stock.- Carlinflas	15"
C.D	Denise Dresser	12"
C.D	Stock.- Peje	2"
C.D	Roberto Madrazo	17"
C.D	Stock.-Bejarano	2"
Transición	Denise Dresser	7"
C.D	Roberto Madrazo	15"
C.D	Jenaro Villamil	37"
C.D	Sergio Sarmiento	9"
C.D	Jenaro Villamil	39"
C.D	Sergio Sarmiento	30"
C.D	Denise Dresser	43"
Diss	Roberto Madrazo	21"
Diss	Jenaro Villamil	9"
Diss	Créditos	15"
Diss	Agradecimientos	35"
C.D	Stock.- Fox	3"

GUIÓN LITERARIO.

<u>SECUENCIA</u>	<u>FX</u>	<u>VIDEO</u>	<u>AUDIO</u>	<u>TIEMPO PARCIAL</u>
	F.I	Barra de Colores	1KC de sonido	15"
	C.D	Pantalla en negro		10"
	C.D	Pizarra		8"
	C.D	Título: EL PRIVILEGIO DE CENSURAR. Dirección y Producción: Flakisha		
	C.D	Pantalla en negro		2"
	C.D	Escudo de la UNAM		4"
	C.D	Escudo FES Aragón		4"
<u>INT.OFICINA. DENISE DRESSER. DÍA</u>	C.D	BITE. Denise Dresser.	Una sociedad que.....en temas cruciales.	3"
<u>EXT.TURIBUS. JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	BITE. Jenaro Villamil	Expresarle a través.....están los trucos.	6"
<u>EXT.REFORMA.SONDEO. DÍA</u>	C.D	BITE. Sondeo	Te hacían ver .....en el país	2"
<u>EXT.REFORMA. SONDEO. DÍA</u>	C.D	BITE. Sondeo	Pues si me influenció.	1"
<u>INT.OFICINA. SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	C.D	BITE. Sergio Sarmiento.	Tiene un impacto.....manera muy importante.	5"
<u>EXT.PARQUE. JAVIER LÓPEZ. DÍA</u>	C.D	BITE. Javier López	Había cosas que en realidad no existen.	3"
<u>EXT.TURIBUS. JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	BITE. Jenaro Villamil	Las audiencias mexicanana..... los engaños.	4"
<u>INT.OFICINA.DENISE</u>	C.D	BITE. Denise Dresser	Una ciudadanía impasible.....sancionarlos.	5"

<u>DRESSER.DÍA</u>				
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	C.D	BITE. Sergio Sarmiento	Una relación de..... es más común.	8"
<u>INT.OFICINA.ROBERTO MADRAZO. DÍA</u>	C.D	BITE. Roberto Madrazo	Los políticos somos..... cómplices de errores.	3"
<u>EXT.PARQUE.JAVIER LÓPEZ. DÍA</u>	C.D	BITE. Javier López	No nos regañaron..... libres afortunadamente.	6"
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	C.D	BITE. Sergio Sarmiento	La gente es.....que se piensa.	2"
<u>EXT.REFORMA. SONDEO. DÍA</u>	C.D	BITE.Sondeo	Fue una nueva.....libertad de expresión.	3"
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	BITE. Jenaro Villamil	El argumento es.....nadie quiso regularlo.	9"
<u>EXT.PARQUE.JAVIER LÓPEZ. DÍA</u>	C.D	BITE. Javier López	¿Sabes cuándo vas .....en El Privilegio.	4"
	Trans.	Stock. Salinas	Arráncate ya!	3"
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	C.D	Sergio Sarmiento. Entra Super. Sergio Sarmiento Periodista	La televisión tiene.....no tienen televisión.	12"
<u>INT.OFICINA.ROBERTO MADRAZO. DÍA</u>	C.D	Roberto Madrazo Entra Super. Roberto Madrazo Ex-Candidato Presidencial PRI	Es tal el poder.....con tus palabras.	22"
	C.D	Stock.- Roberto Madrazo	Es justo lo que.....la colonia (risas).	10"
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	C.D	Sergio Sarmiento	Maneja mucho mejor.....de la televisión.	28"
<u>INT.OFICINA.DENISE DRESSER.DÍA</u>	C.D	Denise Dresser. Entra Super. Denise Dresser Politóloga	la televisión.....los otros poderes.	7"
	Diss.	Stock.- Martita Según	Hay no pollito.....pero cámbiale.	4"
	Diss.	FOTO Sátira Política		3"

<u>INT.OFICINA.ROBERTO MADRAZO. DÍA</u>	C.D	Roberto Madrazo	Ha venido a.....y la gente se divierte.	27"
<u>INT.OFICINA.DENISE DRESSER.DÍA</u>	C.D	Denise Dresser.	pues no queda.....no tiene otras opciones.	13"
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	Jenaro Villamil	la sociedad se.....espectáculo de pocos.	9"
<u>INT.OFICINA.DENISE DRESSER.DÍA</u>	C.D	Denise Dresser	Es una sátira.....televidentes quisieran ver.	12"
<u>INT.OFICINA.ROBERTO MADRAZO. DÍA</u>	Trans.	Roberto Madrazo	yo recuerdo en..... obra de teatro..	43"
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	Jenaro Villamil	La televisión lo.....en espectáculo televisivo.	6"
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	Trans.	Sergio Sarmiento	La sátira política .....política es inevitable.	14"
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	Diss.	Jenaro Villamil	la política se .....de la televisión.	7"
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	C.D	Sergio Sarmiento	Busca más la .....del canal de televisión.	10"
<u>INT.OFICINA.DENISE DRESSER.DÍA</u>	Diss.	Denise Dresser	La televisión hay... .....como si lo fueran.	17"
	Trans.	FOTO. Relación Gobierno-Televisión		3"
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	Diss	Sergio Sarmiento	La relación ha .....durante mucho tiempo.	10"
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	Jenaro Villamil	Hubo un antes .....soldados de Televisa.	24"
	C.D	STOCK.- Carlinflas	Viendo pa atrás..... ya va a llegar.	4"
<u>INT.OFICINA.DENISE DRESSER.DÍA</u>	C.D	Denise Dresser	Un poder que..... una concesión pública.	7"
	C.D	STOCK.- Santiago Creel	No les importa.....es el poder.	3"
<u>INT.OFICINA.ROBERTO</u>	C.D	Roberto Madrazo	¿Sabes que el 70% ..... muchísimo dinero.	8"

<u>MADRAZO. DÍA</u>				
	C.D	STOCK.-Carlinflas	Pus le ha de ver visto la cartera chata.	3"
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	C.D	Sergio Sarmiento	el gobierno ya no .....que es común.	14"
	Trans.	STOCK.- Madrazo y Elba Esther	¿Me vas apoyar?.....por conveniencia amiga.	7"
<u>INT.OFICINA.ROBERTO MADRAZO. DÍA</u>	C.D	Roberto Madrazo	Los políticos somos .....y al elector.	31"
	C.D	STOCK.- Santiago Creel	Nosotros debemos estar unidos.	3"
<u>INT.OFICINA.DENISE DRESSER.DÍA</u>	Trans.	Denise Dresser	Y puede.....obstaculizar la competencia.	48"
	Diss.	STOCK.-Elba Esther	Entre nosotros.....uña y carne.	5"
	Diss.	FOTO. El Privilegio de Mandar		3"
<u>EXT.PARQUE.JAVIER LÓPEZ. DÍA</u>	C.D	Javier López. Entra Super. Javier López Escritor Del Programa El Privilegio De Mandar	Era una telenovela.....de La Parodia,	13"
<u>INT.OFICINA.ROBERTO MADRAZO. DÍA</u>	C.D	Roberto Madrazo	Algo que era .....tenían cierta similitud.	11"
	Trans.	Sondeo. Entra Super. Griselda Villaseñor Empleada	Si si me.....parece bastante interesante.	5"
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	Jenaro Villamil	Un programa..... planeado y calculado.	12"
<u>EXT.REFORMA. SONDEO. DÍA</u>	C.D	Sondeo. Entra Super. Dagoberto Comerciante	Se parodiaba mucho la política ¿no?.	3"
<u>INT.OFICINA.DENISE DRESSER.DÍA</u>	C.D	Denise Dresser	Los programas de .....queda otra opción.	10"
<u>EXT.PARQUE.JAVIER</u>	C.D	Javier López	Comenzamos.....los personajes políticos.	8"

<u>LÓPEZ. DÍA</u>				
	C.D	Stock.- Sketch El Varo		
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	Jenaro Villamil	En realidad era .....si fueran chespirititos.	14"
	C.D	Stock.- Andrés Manuel	Y y ya.....eso, eso, eso.	8"
<u>EXT.PARQUE.JAVIER LÓPEZ. DÍA</u>	C.D	Javier López	Les empezó a.....hicieron programa unitario.	6"
<u>INT.OFICINA.ROBERTO MADRAZO. DÍA</u>	C.D	Roberto Madrazo	Me divertía muchísimo..... algo muy mío.	19"
	C.D	Stock.- Roberto Madrazo	Y no serías expulsado amigo (risas).	3"
<u>INT.OFICINA.ROBERTO MADRAZO. DÍA</u>	C.D	Roberto Madrazo. Entra Super. Roberto Madrazo Ex-Candidato Presidencial PRI	Se adueñó del....momento estaban actuando.	7"
<u>EXT.REFORMA. SONDEO. DÍA</u>	C.D	Sondeo Dagoberto Comerciante	Pues los de..... del Ponce también.	8"
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	Jenaro Villamil	Isabel Pantoswsky .....a Martha Sahagún.	18"
	C.D	Stock.- Martita Según	Lo hice por.....por un tiempo.	3"
<u>EXT.REFORMA. SONDEO. DÍA</u>	C.D	Sondeo Dagoberto Comerciante	Pus ves que.....era algo chistoso.	10"
	Diss.	Stock.- Cuatemochas	Bue, bue, bue, bue.	2"
<u>EXT.REFORMA. SONDEO. DÍA</u>	C.D	Sondeo. Entra Súper. Karina Empleada	Lo del peje.....que nosé qué.	6"
<u>EXT.REFORMA. SONDEO. DÍA</u>	C.D	Sondeo Mariano Ortiz Estudiante	Pues me acuerdo.....del gallito (risas).	5"
<u>EXT.PARQUE.JAVIER</u>	Trans.	Javier López. Entra Super.	Germán Ortega hacía .....en el programa.	12"

<u>LÓPEZ. DÍA</u>		Javier López Escritor del programa “El Privilegio De Mandar”.		
<u>EXT.REFORMA.SONDEO. DÍA</u>	Trans.	Sondeo Karina Empleada	El peje , el peje con su gallito.	2”
	C.D	Stock.- Andrés Manuel	Gallito jeliz, jeliz, jeliz...	3”
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	Jenaro Villamil	Fue la manera .....pagaban por mención.	10”
	C.D	Stock.- Carlinflas	¿Cómo la ve chata?	2”
<u>EXT.PARQUE.JAVIER LÓPEZ. DÍA</u>	Trans.	Javier López	nunca había una idea empezarlo a escribir,	2”
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	Jenaro Villamil	Eso te refleja .....en la contienda.	15”
<u>EXT.PARQUE.JAVIER LÓPEZ. DÍA</u>	C.D	Javier López	El problema fue .....lo balanceáramos más.	9”
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	C.D	Sergio Sarmiento	Cada empresa tiene .....a sus ideas.	16”
<u>EXT.PARQUE.JAVIER LÓPEZ. DÍA</u>	C.D	Javier López	Había una persona .....de la raya.	6”
<u>EXT.REFORMA.SONDEO. DÍA</u>	C.D	Sondeo. Entra Super. Rubén Barajas Vigilante	Si, me servía para informarme	2”
<u>EXT.REFORMA.SONDEO. DÍA</u>	C.D	Sondeo Karina Empleada	Pues si lo..... vez era chistoso.	4”
<u>EXT.REFORMA.SONDEO. DÍA</u>	C.D	Sondeo Dagoberto Comerciante	Pues me servía.....forma más graciosa.	11”
<u>EXT.REFORMA.SONDEO. DÍA</u>	C.D	Sondeo. Entra Super. Rafael López	Si prefería ver.....ver noticias, definitivo.	7”

		Docente		
<u>EXT.REFORMA.SONDEO. DÍA</u>	C.D	Sondeo. Entra Super. Cuauhtémoc García Contador	Me servía para informarme, exactamente.	3"
<u>INT.OFICINA.ROBERTO MADRAZO. DÍA</u>	C.D	Roberto Madrazo	el elector tuvo .....iba a venir.	8"
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	Jenaro Villamil	Más bien sirvió .....se estaban informando.	11"
<u>INT. OFICINA. SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	C.D	Sergio Sarmiento	Creo que el .....o mala luz.	18"
<u>EXT.PARQUE.JAVIER LÓPEZ. DÍA</u>	Trans.	Javier López	No, lo hacíamos .....finalidad era divertir..	14"
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	Jenaro Villamil	Es la vía .....sobre el electorado.	18"
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	C.D	Sergio Sarmiento	Finalmente.....principalmente ridiculizando.	10"
<u>EXT.REFORMA.SONDEO. DÍA</u>	C.D	Sondeo Rubén Barajas	Pues si me influenció.	1"
<u>EXT.REFORMA.SONDEO. DÍA</u>	C.D	Sondeo. Entra Super. Josué López Empleado	A mi no.....por quién votar.	8"
<u>EXT.REFORMA.SONDEO. DÍA</u>	Diss.	SONDEO. Entra Super. Miguel Rivero Empleado	Daban precisamente lo..... era la verdad.	7"
	C.D	FOTO. Censura		
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	Jenaro Villamil	La censura es .....algún medio.	6"
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	C.D	Sergio Sarmiento	La censura siempre .....poder de aplicar.	21"

<u>INT.OFICINA.DENISE DRESSER.DÍA</u>	C.D	Denise Dresser	La autocensura sobre .....de la agenda.	17"
	C.D	Stock.- Santiago Creel	Lo que tienes.....derecho al veto.	2"
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	Jenaro Villamil	Programas que.....proyecto de comunicación.	29"
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	Diss.	Sergio Sarmiento	La autocensura si ..... favorezca a uno.	10"
	C.D	Stock.-Bejarano	Haber si los..... buena rebanada.	4"
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	C.D	Sergio Sarmiento	La persuasión política..... o idea política.	4"
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	Jenaro Villamil	El engaño es.....negocio político-electoral.	11"
	C.D	Stock.- Andrés Manuel	Esa marcha estuvo manipulada.	2"
<u>EXT.PARQUE.JAVIER LÓPEZ. DÍA</u>	C.D	Javier López	Hubo detalles, les.....así le dijo.	24"
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	C.D	Sergio Sarmiento	Manipular la información..... en lo particular.	9"
<u>EXT.PARQUE.JAVIER LÓPEZ. DÍA</u>	C.D	Javier López	Y ahí te ..... para los políticos.	5"
<u>INT.OFICINA.ROBERTO MADRAZO. DÍA</u>	C.D	Roberto Madrazo	De ahí la .....dinero con una campaña.	16"
	C.D	Stock. Carlinflas	Pues mire, yo.....derecho a soñar.	3"
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	C.D	Sergio Sarmiento	Siempre existe la.....siempre ha existido.	3"
	C.D	Stock. Diego	Y puedo manipular la verdad	2"
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	Jenaro Villamil	El problema con .....no era explícita.	22"
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	C.D	Sergio Sarmiento	Si, si creo .....política para eso.	9"
<u>EXT.REFORMA.SONDEO. DÍA</u>	C.D	Sondeo Rafael López	Es un control .....existe desde arriba.	4"

		Docente		
<u>INT.OFICINA.DENISE DRESSER.DÍA</u>	Trans.	Denise Dresser	En México seguimos..... del interés público.	34"
<u>INT.OFICINA.ROBERTO MADRAZO. DÍA</u>	Trans.	Roberto Madrazo	Pueden deshacer.....el elector compra.	46"
<u>INT.OFICINA.DENISE DRESSER.DÍA</u>	C.D	Denise Dresser	Contribuye a crear.....todos los contendientes.	29"
	C.D	Stock. Fox	A confundir a la gente.	1"
<u>INT.OFICINA.DENISE DRESSER.DÍA</u>	C.D	Denise Dresser	En México.....en México.	22"
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	Jenaro Villamil	Lo que más .....era la propaganda.	36"
	C.D	Stock.- Carlinflas Entra Super. Final transmitido una semana antes de las votaciones.	¿Cómo que se.....debe respetarse.	24"
<u>INT.OFICINA.ROBERTO MADRAZO. DÍA</u>	Trans.	Roberto Madrazo	Ya estaba muy .....cambió en México.	23"
	C.D	Stock.- Andrés Manuel	Por nada del.....vamos a impugnar.	6"
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	Diss.	Sergio Sarmiento	Se traicionó el .....teníamos que hacer.	15"
	C.D	Stock.- Carlinflas	Austed me cai .....por su querido México.	13"
<u>INT.OFICINA.DENISE DRESSER.DÍA</u>	C.D	Denise Dresser	Es una televisión..... hacerlo.	5"
	C.D	Stock.- Andrés Manuel	No me gusta.....cae el final.	3"
<u>INT.OFICINA.ROBERTO MADRAZO. DÍA</u>	C.D	Roberto Madrazo	Yo creo que.....desde un principio,	17"
	C.D	Stock.-Bejarano	Francamente estoy.....un mejor guión.	3"
<u>INT.OFICINA.DENISE DRESSER.DÍA</u>	Trans.	Denise Dresser	El problema con.... ceder.	5"

<u>INT.OFICINA.ROBERTO MADRAZO. DÍA</u>	C.D	Roberto Madrazo	Y si a..... ciudadano necesita tener.	15"
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	Jenaro Villamil	Pero para ellos .....que pague mas.	37"
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	C.D	Sergio Sarmiento	Hay una responsabilidad...ser muy influyente.	9"
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	C.D	Jenaro Villamil	Lo importante no .....es el problema.	39"
<u>INT.OFICINA.SERGIO SARMIENTO. DÍA</u>	C.D	Sergio Sarmiento	Mi posición es .....político del país.	30"
<u>INT.OFICINA.DENISE DRESSER.DÍA</u>	C.D	Denise Dresser	La televisión creo..... ver eso.	43"
<u>INT.OFICINA.ROBERTO MADRAZO. DÍA</u>	Diss	Roberto Madrazo	Que los medios..... de una percepción.	21"
<u>EXT.TURIBUS.JENARO VILLAMIL. DÍA</u>	Diss.	Jenaro Villamil	El problema es.....percibir los engaños.	9"
	Diss.	CRÉDITOS  IDEA ORIGINAL Lilia González  DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN Flakisha  CÁMARA Erick Soto Francisco Fajardo Lilia González  REPORTEROS	Track 3 a partir del segundo 16	15"

		<p>Leoncio Oliva Lilia González</p> <p>EDICIÓN Jorge A. Ramos</p> <p>MÚSICA Lilia González Marlon González (El Pibe)</p> <p>Crestomatías del programa “El Privilegio de Mandar”.</p> <p>Fotos  <a href="http://www.esmas.com">www.esmas.com</a>  <a href="http://www.alt1040.com">www.alt1040.com</a>  <a href="http://www.cuarto.informe.fox.gob.mx">www.cuarto.informe.fox.gob.mx</a>  <a href="http://www.beppegrillo.it">www.beppegrillo.it</a>  <a href="http://www.veoh.com">www.veoh.com</a>  <a href="http://www.mediatizando.blogia.com">www.mediatizando.blogia.com</a>  <a href="http://www.monografias.com">www.monografias.com</a></p>		
	Diss.	<p>AGRADECIMIENTOS</p> <p>A mis papás: José Luis González Alfaro y Lilia Tapia Fernández por</p>	Sale música	35”

	<p>brindarme su infinito apoyo y hacer que mis sueños y metas se cumplan. ¡Los amo!</p> <p>A mis hermanos: Marlon, Elena y Luis Alberto González por aconsejarme, ayudarme y ser parte de todos mis proyectos.</p> <p>Al profesor y amigo: Alejandro Zafra por su guía y enseñanza.</p> <p>A mis Chamacos: Jorge Monroy y Sandra Salgado por estar siempre conmigo apoyándome.</p> <p>A: David (Greco) Iván Cadín Francisco Fajardo Edgar</p> <p>A: Eduardo Orta, jefe de Operaciones de Turibuses de México.</p>		
--	---	--	--

		A: Denise Dresser Javier López Jenaro Villamil Roberto Madrazo Sergio Sarmiento  MÉXICO UNAM 2007		
	C.D	STOCK.- Fox		3"

GUIÓN DE EDICIÓN.

El Privilegio de Censurar.

Producción y Realización: Lilia González Tapia.

Duración: 28 minutos.

SECUENCIA	CASSETTE, FUENTE ORIGEN	FX U	<u>VIDEO</u>	<u>AUDIO</u>	TIEMPO PARCIAL	TIEMPO TOTAL	TC IN- TC OUT
1		F.I	Barra de Colores	1KC de sonido	15"	15"	
1		C.D	Pantalla en negro		10"	25"	
1		C.D	Pizarra		8"	33"	
1		C.D	Titulo: EL PRIVILEGIO DE CENSURAR. Dirección y Producción: Flakisha		3"	36"	
1		C.D	Pantalla en negro		2"	38"	
1		C.D	Escudo de la UNAM		4"	42"	
1		C.D	Escudo FES Aragón		4"	46"	
1	2	C.D	BITE. Denise Dresser.	Una sociedad que..... .....en temas cruciales.	3"	49"	0:13:52:04 0:13:55:24
1	1	C.D	BITE. Jenaro	Expresarle a	6"	55"	1:35:43:08

			Villamil	través..... ..... .....están los trucos.			1:35:49:13
1	4	C.D	BITE. Sondeo	Te hacían ver ..... .....en el país.	2"	57"	0:00:47:05 0:00:49:27
1	4	C.D	BITE. Sondeo	Pues si me influenció.	1"	58"	0:19:53:12 0:19:54:18
1	5	C.D	BITE. Sergio Sarmiento.	Tiene un impacto..... .....manera muy importante.	5"	1:03"	0:04:25:01 0:04:30:01
1	3	C.D	BITE. Javier López	Había cosas que en realidad no existen.	3"	1:06"	0:04:27:26 0:04:30:00
1	1	C.D	BITE. Jenaro Villamil	Las audiencias mexicanana..... ..... los engaños.	4"	1:10"	1:19:28:10 1:19:32:06
1	2	C.D	BITE. Denise Dresser	Una ciudadanía impasible.....sancionarlos.	5"	1:15"	0:09:31:18 0:09:36:02
1	5	C.D	BITE. Sergio Sarmiento	Una relación de..... ..... es más común.	8"	1:23"	0:10:08:21 0:10:16:18
1	3	C.D	BITE. Roberto Madrazo	Los políticos somos..... cómplices de errores.	3"	1:26"	0:17:22:00 0:17:25:01
1	3	C.D	BITE. Javier López	No nos regañaron..... libres afortunadamente.	6"	1:32"	0:02:30:01 0:02:36:03
1	5	C.D	BITE. Sergio Sarmiento	La gente es..... .....que se piensa.	2"	1:34"	0:12:55:01 0:12:57:06
1	4	C.D	BITE.Sondeo	Fue una nueva..... .....libertad de expresión.	3"	1:37"	0:05:06:22 0:05:09:08

1	1	C.D	BITE. Jenaro Villamil	El argumento es.....nadie quiso regularlo.	9"	1:46"	1:23:04:26 1:23:13:07
1	3	C.D	BITE. Javier López	¿Sabes cuándo vas .....en El Privilegio.	4"	1:50"	0:05:33:21 0:05:37:20
1	Disco 1	Trans.	Stock. Salinas	Arráncate ya!	3"	1:53"	1:08:03 1:08:06
2	5	C.D	Sergio Sarmiento. Entra Super. Sergio Sarmiento Periodista	La televisión tiene.....no tienen televisión.	12"	2:05"	0:00:30:15 0:00:42:16
2	3	C.D	Roberto Madrazo Entra Super. Roberto Madrazo Ex-Candidato Presidencial PRI	Es tal el poder.....con tus palabras.	22"	2:27"	0:10:10:25 0:10:32:05
2	5	C.D	Stock.- Roberto Madrazo	Es justo lo que.....la colonia (risas).	5"	2:32"	1:11:30 1:11:36
2	2	C.D	Sergio Sarmiento	Maneja mucho mejor.....de la televisión.	28"	3:00"	0:01:28:29 0:01:56:27
2		C.D	Denise Dresser. Entra Super. Denise Dresser Politóloga	la televisión.....los otros poderes.	7"	3:07"	00:02:39:13 00:02:46:00
2		Diss.	Stock.- Martita Según	Hay no pollito.....pero cámbiale.	3"	3:10"	0:05:22:13 0:05:26:11
3	3	Diss.	FOTO Sátira		3"	3:13"	3"

			Política				
3	2	C.D	Roberto Madrazo	Ha venido a.....y la gente se divierte.	27"	3:40"	0:00:44:21 0:01:11:18
3	1	C.D	Denise Dresser.	pues no queda.....no tiene otras opciones.	13"	3:53"	0:06:09:06 0:06:22:22
3	2	C.D	Jenaro Villamil	la sociedad se..... .....espectáculo de pocos.	9"	4:02"	1:03:55:15 1:04:04:05
3	3	C.D	Denise Dresser	Es una sátira..... ....televidentes quisieran ver.	12"	4:14"	0:01:25:28 0:01:37:22
3	1	Trans.	Roberto Madrazo	yo recuerdo en..... ..... obra de teatro.	43"	4:57"	00:12:32:06 00:13:15:05
3	5	C.D	Jenaro Villamil	La televisión lo.....en espectáculo televisivo.	6"	5:03"	1:03:28:22 1:03:34:19
3	1	Trans.	Sergio Sarmiento	La sátira política .....política es inevitable.	14"	5:17"	0:02:14:05 0:02:28:03
3	5	Diss.	Jenaro Villamil	la política se ..... .....de la televisión.	7"	5:24"	01:04:21:11 01:04:28:13
3		C.D	Sergio Sarmiento	Busca más la .....del canal de televisión.	10"	5:34"	0:04:44:09 0:04:54:29
3	1	Diss.	Denise Dresser	La televisión hay... .....como si lo fueran.	17"	5:51"	0:07:11:04 0:07:28:10
4	5	Trans.	FOTO. Relación Gobierno-Televisión		3"	5:54"	3"
4	2	Diss.	Sergio Sarmiento	La relación ha ..... .....	10"	6:04"	00:09:53:12 00:10:03:13

				.....durante mucho tiempo.			
4		C.D	Jenaro Villamil	Hubo un antes ..... .....soldados de Televisa.	24"	6:28"	1:14:43:17 1:15:09:28
4	1	C.D	STOCK.- Carlinflas	Viendo pa atrás..... ..... ya va a llegar.	4"	6:32"	0:00:05:18 0:00:10:12
4	5	C.D	Denise Dresser	Un poder que..... una concesión pública.	7"	6:39"	00:02:39:13 00:02:46:00
4		C.D	STOCK.- Santiago Creel	No les importa..... .....es el poder.	4"	6:43"	0:05:05:08 0:05:11:16
4		C.D	Roberto Madrazo	¿Sabes que el 70% ..... muchísimo dinero.	8"	6:51"	0:17:53:04 0:18:01:28
4	5	C.D	STOCK.- Carlinflas	Pus le ha de ver visto la cartera chata.	3"	6:54"	0:00:05:14 0:00:08:07
4	1	C.D	Sergio Sarmiento	el gobierno ya no .....que es común.	14"	7:08"	00:10:03:58 00:10:17:05
4		Trans.	STOCK.- Madrazo y Elba Esther	¿Me vas apoyar?.....por conveniencia amiga.	6"	7:14"	0:00:12:26 0:00:31:26
4	2	C.D	Roberto Madrazo	Los políticos somos .....y al elector.	31"	7:45"	00:17:21:10 00:17:52:29
4		C.D	STOCK.- Santiago Creel	Nosotros debemos estar unidos.	3"	7:48"	0:00:01:16 0:00:04:16
4	3	Trans.	Denise Dresser	Y puede.....obstaculizar la competencia.	48"	8:36"	00:02:49:13 00:03:37:17
4		Diss.	STOCK.-Elba Esther	Entre nosotros..... .....uña y carne.	4"	8:40"	0:01:16:21 0:01:21:15
5	5	Diss.	FOTO.		3"	8:43"	3"

			El Privilegio de Mandar				
5		C.D	Javier López. Entra Super. Javier López Escritor Del Programa El Privilegio De Mandar	Era una telenovela..... ..... ..... .....de La Parodia.	13"	8:56"	0:00:07:10 0:00:20:00
5	3	C.D	Roberto Madrazo	Algo que era ..... .....tenían cierta similitud.	11"	9:07"	00:02:33:12 00:02:44:22
5	2	Trans.	Sondeo. Entra Super. Griselda Villaseñor Empleada	Si si me..... ..... parece bastante interesante.	5"	9:12"	0:01:56:15 0:02:01:11
5		C.D	Jenaro Villamil	Un programa..... planeado y calculado.	12"	9:24"	01:05:45:20 01:05:57:19
5		C.D	Sondeo. Entra Super. Dagoberto Comerciante	Se parodiaba mucho la política ¿no?.	3"	9:27"	0:03:41:02 0:03:44:10
5	3	C.D	Denise Dresser	Los programas de .....queda otra opción.	10"	9:37"	0:05:55:04 0:06:05:04
5	3	C.D	Javier López	Comenzamos..... .....los personajes políticos.	8"	9:45"	0:00:20:10 0:00:28:21
5	4	C.D	Stock.- Sketch El Varo		1"	9:46"	0:00:01:25 0:00:02:05
5	1	C.D	Jenaro Villamil	En realidad era .....si fueran chespirititos.	14"	10:00"	1:34:15:20 1:34:29:23
5	4	C.D	Stock.- Andrés	Y y	6"	10:06"	0:05:37:11

			Manuel	ya..... .....eso, eso, eso.			0:05:54:06
5	2	C.D	Javier López	Les empezó a.....hicieron programa unitario.	6"	10:12"	0:00:29:24 0:00:35:15
5	3	C.D	Roberto Madrazo	Me divertía muchísimo..... ...algo muy mío.	19"	10:31"	0:02:04:16 0:02:23:15
5		C.D	Stock.- Roberto Madrazo	Y no serías expulsado amigo (risas).	3"	10:34"	0:00:32:11 0:00:35:18
5	1	C.D	Roberto Madrazo. Entra Super. Roberto Madrazo Ex-Candidato Presidencial PRI	Se adueñó del..... ..... ..... ..... momento estaban actuando.	7"	10:41"	0:02:24:14 0:02:31:20
5		C.D	Sondeo Dagoberto Comerciante	Pues los de..... ..... del Ponce también.	8"	10:49"	0:05:22:21 0:05:30:21
5	3	C.D	Jenaro Villamil	Isabel Pantoswsky .....a Martha Sahagún.	18"	11:07"	1:33:17:18 1:33:35:10
5	3	C.D	Stock.- Martita Según	Lo hice por..... .....por un tiempo.	5"	11:12"	0:01:14:09 0:01:20:08
5		C.D	Sondeo Dagoberto Comerciante	Pus ves que..... .....era algo chistoso.	10"	11:22"	0:05:44:22 0:05:54:07
5	3	Diss.	Stock.- Cuatemochas	Bue, bue, bue, bue.	2"	11:24"	0:07:11:24 0:07:15:11
5	4	C.D	Sondeo. Entra Súper. Karina Empleada	Lo del peje..... .....que nosé qué.	6"	11:30"	0:06:46:15 0:06:52:10
5	1	C.D	Sondeo	Pues me	5"	11:35"	0:08:37:08

			Mariano Ortiz Estudiante	acuerdo..... .....del gallito (risas). .			0:08:42:13
5		Trans.	Javier López. Entra Super. Javier López Escritor del programa "El Privilegio De Mandar".	Germán Ortega hacía ..... ..... ..... ..... .....en el programa.	12"	11:47"	0:04:09:15 0:04:21:16
5	4	Trans.	Sondeo Karina Empleada	El peje, el peje con su gallito.	2"	11:49"	0:06:56:17 0:06:58:23
5		C.D	Stock.- Andrés Manuel	Gallito jeliz, jeliz, jeliz...	4"	11:53"	0:02:07:27 0:02:15:19
5	4	C.D	Jenaro Villamil	Fue la manera ..... .....pagaban por mención.	10"	12:03"	1:06:41:10 1:06:51:19
5	4	C.D	Stock.- Carlinflas	¿Cómo la ve chata?	2"	12:05"	0:01:07:00 0:01:08:23
5	3	Trans.	Javier López	Nunca había una idea empezarlo a escribir,	2"	12:07"	0:00:52:03 0:00:54:12
5	4	C.D	Jenaro Villamil	Eso te refleja ..... .....en la contienda.	15"	12:22"	1:34:52:08 1:35:07:20
5		C.D	Javier López	El problema fue .....lo balanceáramos más.	9"	12:31"	0:02:01:28 0:02:10:17
5	1	C.D	Sergio Sarmiento	Cada empresa tiene .....a sus ideas.	16"	12:47"	00:09:07:11 00:09:23:04
5		C.D	Javier López	Había una persona .....de la raya.	6"	12:53"	0:02:42:19 0:02:48:19

5	3	C.D	Sondeo. Entra Super. Rubén Barajas Vigilante	Si, me servía para informarme	2"	12:55"	0:19:40:15 0:19:42:08
5	1	C.D	Sondeo Karina Empleada	Pues si lo..... vez era chistoso.	4"	12:59"	0:06:31:29 0:06:35:17
5	3	C.D	Sondeo Dagoberto Comerciante	Pues me servía..... forma más graciosa.	11"	13:10"	0:03:54:02 0:04:05:27
5	5	C.D	Sondeo. Entra Super. Rafael López Docente	Si prefería ver..... ver noticias, definitivo.	7"	13:17"	0:01:13:16 0:01:20:00
5	3	C.D	Sondeo. Entra Super. Cuauhtémoc García Contador	Me servía para informarme, exactamente.	3"	13:20"	0:09:01:16 0:09:04:16
5	4	C.D	Roberto Madrazo	El elector tuvo ..... iba a venir.	8"	13:28"	00:02:46:09 00:02:54:22
5	4	C.D	Jenaro Villamil	Más bien sirvió ..... se estaban informando.	11"	13:39"	1:08:11:24 1:08:22:26
5	4	C.D	Sergio Sarmiento	Creo que el ..... o mala luz.	18"	13:57"	00:13:15:11 00:13:33:17
5	4	Trans.	Javier López	No, lo hacíamos ..... finalidad era divertir.	14"	14:11"	00:04:49:26 00:05:03:29
5	4	C.D	Jenaro Villamil	Es la vía .....	18"	14:29"	1:06:22:27 1:06:40:10

				.....sobre el electorado.			
5	3	C.D	Sergio Sarmiento	Finalmente..... principalmente ridiculizando.	10"	14:39"	0:05:33:22 0:05:43:01
5	1	C.D	Sondeo Rubén Barajas	Pues si me influenció.	1"	14:40"	0:19:53:15 0:19:54:22
5	5	C.D	Sondeo. Entra Super. Josué López Empleado	A mi no..... ..... ..... .....por quién votar.	8"	14:48"	00:01:01:09 00:01:09:08
5	3	Diss.	SONDEO. Entra Super. Miguel Rivero Empleado	Daban precisamente lo..... ..... ..... era la verdad.	7"	14:55"	0:14:04:11 0:14:11:17
6	1	C.D	FOTO. Censura		3"	14:58"	3"
6	5	C.D	Jenaro Villamil	La censura es ..... .....algún medio.	6"	15:04"	1:00:34:05 1:00:40:12
6	4	C.D	Sergio Sarmiento	La censura siempre .....poder de aplicar.	21"	15:25"	0:10:47:19 0:11:08:29
6	4	C.D	Denise Dresser	La autocensura sobre .....de la agenda.	17"	15:42"	0:10:30:22 0:10:47:17
6	4	C.D	Stock.- Santiago Creel	Lo que tienes..... .....derecho al veto.	3"	15:45"	0:01:07:00 0:01:09:23
6	5	C.D	Jenaro Villamil	Programas que.....proyecto de comunicación.	29"	16:14"	1:02:49:09 1:03:18:00
6	1	Diss.	Sergio Sarmiento	La autocensura si ..... favorezca a uno.	10"	16:24"	0:11:20:21 0:11:30:16
6		C.D	Stock.-Bejarano	Haber si los.....	4"	16:28"	0:01:27:00

				buena rebanada.			0:01:31:00
6	3	C.D	Sergio Sarmiento	La persuasión política..... o idea política.	4"	16:32"	0:07:14:07 0:07:18:28
6	5	C.D	Jenaro Villamil	El engaño es.....negocio político-electoral.	11"	16:43"	1:20:50:22 1:21:11:22
6	3	C.D	Stock.- Andrés Manuel	Esa marcha estuvo manipulada.	2"	16:45"	0:00:59:11 0:01:02:16
6	3	C.D	Javier López	Hubo detalles, les..... así le dijo.	24"	17:09"	0:05:14:25 0:05:38:26
6		C.D	Sergio Sarmiento	Manipular la información..... en lo particular.	9"	17:18"	00:10:25:23 00:10:34:08
6	5	C.D	Javier López	Y ahí te ..... para los políticos.	5"	17:23"	0:05:51:29 0:05:56:12
6		C.D	Roberto Madrazo	De ahí la .....dinero con una campaña.	16"	17:39"	00:15:40:00 00:15:56:15
6	1	C.D	Stock. Carlinflas	Pues mire, yo..... derecho a soñar.	4"	17:43"	0:03:02:05 0:03:07:12
6	5	C.D	Sergio Sarmiento	Siempre existe la..... siempre ha existido.	3"	17:46"	00:10:37:13 00:10:40:22
6	4	C.D	Stock. Diego	Y puedo manipular la verdad	2"	17:48"	0:00:18:22 0:00:22:02
6	2	C.D	Jenaro Villamil	El problema con .....no era explícita.	22"	18:10"	1:09:42:17 1:10:04:16
6	3	C.D	Sergio Sarmiento	Si, si creo ..... política para eso.	9"	18:19"	00:09:32:16 00:09:41:00

6	2	C.D	Sondeo Rafael López Docente	Es un control ..... .....existe desde arriba.	4"	18:23"	00:02:28:02 00:02:32:26
6		Transi ción	Denise Dresser	En México seguimos..... del interés público.	34"	18:57"	00:06:54:19 00:07:28:17
6	1	Trans.	Roberto Madrazo	Pueden deshacer..... .....el elector compra.	46"	19:43"	00:03:13:21 00:03:59:12
6		C.D	Denise Dresser	Contribuye a crear..... todos los contendientes.	29"	20:12"	0:01:54:25 0:02:23:13
6	3	C.D	Stock. Fox	A confundir a la gente.	2"	20:14"	0:00:38:22 0:00:40:26
6		C.D	Denise Dresser	En México..... .....en México.	22"	20:36"	0:14:23:13 0:14:45:11
6	5	C.D	Jenaro Villamil	Lo que más ..... .....era la propaganda.	36"	21:12"	1:12:46:23 1:13:22:02
6		C.D	Stock.- Carlinflas Entra Super. Final transmitido una semana antes de las votaciones.	¿Cómo que se..... ..... ..... .....debe respetarse.	15"	21:27"	0:01:44:00 0:02:22:03
6		Trans.	Roberto Madrazo	Ya estaba muy ..... .....cambió en México.	23"	21:50"	00:07:25:02 00:07:48:02
6	3	C.D	Stock.- Andrés Manuel	Por nada del..... .....vamos a impugnar.	5"	21:55"	0:01:06:17 0:01:17:07
6		Diss.	Sergio Sarmiento	Se traicionó el	7"	22:02"	00:14:07:05

				..... .....teníamos que hacer.			00:14:29:39
6	1	C.D	Stock.- Carlinflas	Austed me cai .....por su querido México.	10"	22:12"	0:02:58:06 0:03:16:28
6	3	C.D	Denise Dresser	Es una televisión..... ..... hacerlo.	7"	22:19"	0:00:30:27 0:00:36:21
6	1	C.D	Stock.- Andrés Manuel	No me gusta..... .....cae el final.	3"	22:22"	
6	5	C.D	Roberto Madrazo	Yo creo que..... .....desde un principio.	17"	22:39"	00:05:32:27 00:05:49:01
6	1	C.D	Stock.-Bejarano	Franicamente estoy..... .....un mejor guión.	3"	22:42"	0:01:26:19 0:01:30:06
6	5	Trans.	Denise Dresser	El problema con..... .....ceder.	8"	22:50"	0:00:40:12 0:00:45:18
6	3	C.D	Roberto Madrazo	Y si a..... ciudadano necesita tener.	15"	23:05"	0:10:47:10 0:11:02:14
6	1	C.D	Jenaro Villamil	Pero para ellos ..... .....que pague mas.	37"	23:42"	1:17:52:20 1:18:29:03
6		C.D	Sergio Sarmiento	Hay una responsabilidad..... .....ser muy influyente.	9"	23:51"	00:13:39:17 00:13:48:21
6		C.D	Jenaro Villamil	Lo importante no .....es el problema.	39"	24:30"	1:31:26:03 1:32:05:26
6		C.D	Sergio Sarmiento	Mi posición es .....	30"	25:00"	00:16:22:25 00:16:52:23

				.....político del país.			
6		C.D	Denise Dresser	La televisión creo..... ..... ver eso.	43"	25:43"	0:07:41:08 0:08:24:14
6		Diss.	Roberto Madrazo	Que los medios..... de una percepción.	21"	26.04"	00:07:57:17 00:08:18:59
6		Diss.	Jenaro Villamil	El problema es..... .....percibir los engaños.	9"	26:13"	1:19:14:18 1:19:23:24
7		Diss.	CRÉDITOS  IDEA ORIGINAL Lilia González  DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN Flakisha  CÁMARA Erick Soto Francisco Fajardo Lilia González  REPORTEROS Leoncio Oliva Lilia González  EDICIÓN Jorge A. Ramos	Track 3 a partir del segundo 16	15"	26:28"	

			<p>MÚSICA Lilia González Marlon González (El Pibe)</p> <p>Crestomatías del programa “El Privilegio de Mandar”.</p> <p>Fotos <a href="http://www.esmas.com">www.esmas.com</a> <a href="http://www.alt1040.com">www.alt1040.com</a> <a href="http://www.cuarto.informe.fox.gob.mx">www.cuarto.informe.fox.gob.mx</a> <a href="http://www.beppegrillo.it">www.beppegrillo.it</a> <a href="http://www.veoh.com">www.veoh.com</a> <a href="http://www.mediatizando.blogia.com">www.mediatizando.blogia.com</a> <a href="http://www.monografias.com">www.monografias.com</a></p>				
7		Diss.	AGRADECIMIENTOS	Salte música	35"	27:03"	

			<p>A mis papás: José Luis González Alfaro y Lilia Tapia Fernández por brindarme su infinito apoyo y hacer que mis sueños y metas se cumplan. ¡Los amo!</p> <p>A mis hermanos: Marlon, Elena y Luis Alberto González por aconsejarme, ayudarme y ser parte de todos mis proyectos.</p> <p>Al profesor y amigo: Alejandro Zafra por su guía y enseñanza.</p> <p>A mis Chamacos: Jorge Monroy y Sandra Salgado</p>			
--	--	--	---	--	--	--

			<p>por estar siempre conmigo apoyándome.</p> <p>A: David (Greco) Iván Cadín Francisco Fajardo Edgar</p> <p>A: Eduardo Orta, jefe de Operaciones de Turibuses de México.</p> <p>A: Denise Dresser Javier López Jenaro Villamil Roberto Madrazo Sergio Sarmiento</p> <p>MÉXICO UNAM 2007</p>				
7		C.D	STOCK.- Fox		3"	27:06"	0:00:52:14 0:00:56:17

## FUENTES DE CONSULTA.

### BIBLIOGRAFÍA:

Cantú, María Elena Medios & Poder. Ed. Norma, México, 2005.

### HEMEROGRAFÍA:

ACOSTA, Alberto. "Rechazan los partidos las órdenes del IEDF". *Reforma*, Sección B, página 1, México, martes 4 de octubre de 2005.

AGUILAR, Alberto. "Nombres, Nombres y...Nombres. Presidencia empuja concesiones de radio, reticencias en CIRT y riesgo jurídico de combos". *Reforma*, Sección Negocios, página 3ª, México, martes 20 de septiembre de 2005.

DÍAZ MARTÍNEZ, Fernando. "El acceso de los Partidos Políticos a los medios electrónicos de comunicación masiva. Justicia Electoral", *Revista del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación*. No. 15, México, 2001.

GARCÍA VILLA, Juan Antonio. "Presupuesto para elecciones y partidos". *El Financiero*, página 30, México, viernes 26 de agosto de 2005.

GÓMEZ, Enrique I. "Suben en Edomex 20% los topes de campaña". *Reforma*, Sección A, página 12, México, viernes 9 de septiembre de 2005.

GRANADOS CHAPA, Miguel Ángel. "Por la austeridad electoral". *Reforma*, Sección A, página 11, México, miércoles 24 de agosto de 2005.

HERNÁNDEZ CHÁIREZ, Angelle. "De 651.4 mdp, el tope por candidato; excesivo y grosero, dicen PAN y PRD". *El Financiero*, página 1, México, jueves 1º de diciembre de 2005.

IRIZAR, Guadalupe. "Aprueban consejeros gasto del IFE para 2006". *Reforma*, Sección A, página 5, México, viernes 19 de agosto de 2005.

IRIZAR, Guadalupe. "Promete TELEvisa a IFE abrir spots de aspirantes". *Reforma*, Sección A, página 8, México, martes 4 de octubre de 2005.

IRIZAR, Guadalupe. "Se dan vuelo IFE y partidos". *Reforma*, Sección A, página 1, México, viernes 19 de agosto de 2005.

PENSAMIENTO, Daniel. "Piden bajar 50% gasto en Partidos". *Reforma*, Sección A, página 8, México, jueves 24 de noviembre de 2005.

ROMÁN ORTIZ, Martín. "Contratará el IFE publicidad de partidos". *El Financiero*, página 60, México, viernes 2 de diciembre de 2005.

SALAZAR, Claudia. "Consideran ofensivo presupuesto del IFE". *Reforma*, Sección A, página 6, México, sábado 20 de agosto de 2005.