



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLAN**

**Seminario Taller Extracurricular de Titulación:**

**Comunicación, prácticas sociales, producción, circulación  
y consumo de bienes culturales.**

**UN PAYASO LÍDER DE OPINIÓN EN LA TELEVISIÓN MEXICANA.  
*ANÁLISIS DEL DISCURSO PARA CONOCER LOS CAPITALES Y EL  
HABITUS DE BROZO.***

**Presenta**

**Eduardo Cámara Guadarrama**

**Asesor: Lic. Enrique Pimentel Bautista**

**Naucalpan, Estado de México a Marzo 2012**



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.



Le agradezco a ...

*Dios por permitir llegar a este momento, le pido que me siga dando la fuerza y sabiduría que necesito para seguir adelante.*

*Con cariño a mis Padres por darme siempre su apoyo y amor, e insistir en que terminara este trabajo de tesis. Gracias Mamá, Gracias Papá.*

*A mis hermanos Ramón, Miguel, Edith, Minerva e Irma que con su cariño, ejemplo y ayuda incondicional me han apoyado. Y a mis sobrinos que a su manera me han ayudado e inspirado a seguir mi proyecto.*

*A mis amigos y compañeros que han estado presentes durante este tiempo, siempre dispuestos.*

*A todos los profesores que con su dedicación y esfuerzo apoyaron mi formación profesional, en especial al Lic. Enrique Pimentel Bautista, que tuvo la paciencia y dedicación para asesorarme en la elaboración de este trabajo. Al Maestro Fernando Martínez que siempre se preocupó y estuvo al tanto de que termináramos.*

# Índice

Introducción .....	6
1. La teoría para el estudio de Brozo .....	10
1.1. La comunicación y la cultura .....	13
1.2. El habitus .....	19
1.3. El campo como parte del habitus de Brozo .....	23
1.4. Los capitales .....	26
1.5. La comunicación, los medios y las masas .....	28
1.6. El Mexicano, la cultura y Brozo .....	37
2. La comunicación y el contexto Social .....	41
2.1. La televisión y la modernidad .....	42
2.2. Los noticiarios y su origen en México .....	43
2.3. El inicio de los noticiarios .....	47
2.4. Antecedentes del humor político en televisión .....	50
2.5. El Nacimiento de Brozo .....	54
2.6. Algunos tropiezos de Brozo .....	57
2.7. De Brozo a Víctor Trujillo .....	58
2.8. Sus detractores, competidores y amigos .....	62
2.9. La historia de El Mañanero como principal programa de Brozo .....	65
2.10. ¿Por qué hacer El Mañanero? .....	68
2.11. Si tienen Tele, ahí se ven. Un final de El Mañanero ...	72

2.12. Después de El Mañanero, las noticia como entretenimiento .....	76
<b>3.- El Discurso y su análisis .....</b>	<b>78</b>
3.1. Lo Cuantitativo vs lo Cualitativo .....	79
3.2. Una técnica cualitativa para el estudio de los capitales de Brozo .....	83
3.3. El lenguaje y la comunicación .....	84
3.4. Teoría del análisis del Discurso .....	90
3.5. El análisis del discurso de Brozo .....	94
<b>4.- Una interpretación y reinterpretación del discurso         de Brozo .....</b>	<b>96</b>
4.1. El discurso de Brozo .....	97
4.2. Los noticiarios Informales y su permanencia en televisión .....	103
<b>Conclusiones .....</b>	<b>109</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>112</b>

## Introducción

El presente trabajo tiene el propósito presentar un análisis acerca de los factores que motivaron que el personaje del “payaso” Brozo, se pudiera convertir en un líder de opinión reconocido entre la opinión pública mexicana. En su programa **El Mañanero** Brozo hace análisis y comentarios de algunas notas periodísticas o de los hechos trascendentes del país con la suficiente libertad como la de un analista especializado en los temas políticos, económicos y sociales de nuestro país. Sin embargo, su estilo es muy peculiar al ser un payaso quien las emite. Su nariz roja, sus ropas andrajosas y su maquillaje son elementos que le ayudan a actuar de alguna manera chusca o burlona, pero también símbolos que le permiten que el tono crítico de sus comentarios sea considerado por la opinión pública.

En la actualidad hay estudios o tesis sobre algunos noticieros, no se han enfocado a la comicidad que puede haber en los mismos. Aunque no es el primero que hace comentarios “chuscos” de las noticias, sí es el que crea de manera formal el concepto de un programa informativo y de opinión. Como antecedentes podríamos mencionar a muchos otros programas, como ejemplo recordemos las rimas de “Tacho” en el noticiero de 24 horas con Jacobo Zabłudovsky, o el sketch de “Barriendo la noticia” que hacía Héctor Lechuga en Hechos de la Noche.

El personaje de Brozo en los últimos once años se ha ido legitimando como conductor de un informativo en televisión. A pesar de que su origen fue un simple payaso cuenta cuentos. En este sentido, la relevancia que ha tomado Brozo, lo convierte en un objeto de estudio de cómo se va haciendo líder de opinión y se posiciona de un espacio de dos horas en un canal de noticias y análisis de Televisa (Foro TV, segundo proyecto de noticias en la historia de la televisión mexicana).

En la historia de la televisión en México se han venido desarrollando varios cambios, desde los años noventas a la fecha. Carlos Monsiváis escribió que 1994 puede ser una fecha divisoria en la televisión, ya que en ese año hay una

confluencia de acontecimientos (la rebelión zapatista, los asesinatos de Luis Donaldo Colosio y José Francisco Ruiz Massieu, el derrumbe perceptible del control absoluto del PRI y, sobre todo el desarrollo de una sociedad mucho más informada y crítica y la moda del humor estadounidense, impuesto por el cine, la escuela de “Mad Magazine, Saturday Night Live, Los Simpson y después South Park, familiarizan a sectores muy vastos con la atmósfera donde el chiste memorizado deja de ser casi lo único y se integra a la mezcla de sátira, parodia, sarcasmo, choteo, ironía y el albur.

Este trabajo nace de cuestionarme el porqué Brozo se logra convertir en referente de noticias por la mañana. También saber si Brozo es quien inicia con un programa de noticias informal; y cómo con su discurso y su forma simbólica logra captar a un público y mantener un espacio en la televisión por la mañana. Y por último saber qué capitales tiene el personaje para expresar sus comentarios y cómo los ha ido adquiriendo.

La presente investigación se divide en cuatro partes empezando por el apartado teórico, el cual nos ayudará a comprender algunos conceptos y comprender cómo en el habitus<sup>1</sup> de una sociedad como la mexicana, Brozo ha ganado un campo simbólico de conductor y se ha hecho de capitales culturales, sociales, políticos y económicos, que lo han convertido en un líder de opinión.

En este capítulo veremos cómo J. B. Thompson, en su libro *Ideología y Cultura Moderna*, considera que todos los fenómenos que ocurren dentro de la sociedad tienen que ver con su cultura y que además, pueden ser analizados e interpretados como formas simbólicas a las cuales se les puede dar un significado.

En el capítulo 2 tenemos la parte contextual de la investigación, la cual nos situará en los inicios del personaje y cómo fue caminando hasta llegar a Brozo y la continuación del programa **El Mañanero**. Veremos cómo el creador de Brozo, nos

---

<sup>1</sup> Entendamos por habitus según Bourdieu el conjunto de esquemas generativos a partir de los cuales los sujetos perciben el mundo y actúan en él. (1978).

comenta en entrevista el nacimiento de esta inquietud. Además, se realizará un recorrido por la trayectoria de este personaje, sus programas, tanto cómicos como los informativos.

El tercer punto de esta tesis se refiere a la metodología del análisis del discurso que se usó para la producción de datos. Una metodología cualitativa más que cuantitativa, ya que el objetivo de la investigación es conocer, a través de los mensajes que emite, por qué Brozo pasa de ser un payaso a un comentarista político. Se escogió esta técnica ya que al asumir un enfoque contextual del discurso involucramos muchos aspectos de la sociedad y su cultura. Por ejemplo, el uso pronominal que tenemos en nuestra lengua como el español "lana-dinero" como formas para referirnos a algunas cuestiones económicas, siempre que, como usuarios de esta lengua, conocemos la naturaleza, de algún modo, del otro en la interacción social.

Hipotéticamente, Brozo hace un nuevo estilo de noticiarios, en donde rompe la regla básica del periodismo informativo: la opinión y el comentario mordaz y crítico, pues esto estaba reservado a editorialistas y especialistas de algún tema, mas no para un conductor de noticias y menos para un payaso, que además utiliza un lenguaje que se no ajusta a las reglas periodísticas básicas.

Creemos que Brozo llega a permanecer durante 11 años en televisión, como conductor de un informativo, gracias a los capitales que logró formar durante todo este tiempo. Eso lo ha aprovechado para hacer comentarios puntuales e irónicos sobre los asuntos de interés. La estructura de su programa, su capacidad de comunicar y el discurso a veces burdo y soez es lo que ha permitido a Brozo permanecer en un informativo y tener un público que lo sintoniza en su televisión todas las mañanas.

Y por último, en el capítulo cuatro presentaremos las conclusiones y resultados que nos deja esta investigación, esto será derivado de un análisis de discurso que se haga a dos programas de **El Mañanero**. En este análisis veremos desde qué

tipo de lenguaje utiliza, el qué dice y cómo se manifiestan los capitales que posee.  
Así que empecemos a conocer un poco más a Brozo.

## **1. La teoría para el estudio de Brozo.**

Este capítulo tiene como objetivo presentar los elementos de la investigación de una manera teórica. Y así poder comprender lo que se está estudiando desde una base fundamentada. Lo que se trata de explicar con esta teoría es el fenómeno comunicativo que hay entre la sociedad mexicana y Brozo.

Para empezar, recordemos lo que Gilberto Giménez en una ponencia de comunicación, cultura e identidad. Reflexiones epistemológicas dice: “tenemos que tomar en cuenta que una sociedad, en cualquiera de sus escalas y en cualquiera de sus instancias, es simplemente impensable sin la comunicación. Y bajo este aspecto, ella interesa directa o indirectamente, explícita o implícitamente, a todas las disciplinas, y no sólo la llamada ciencia de la comunicación”<sup>2</sup>.

Desde su inicio, el estudio de la comunicación ha tocado varios frentes, los que se enfocaban sólo en un modelo comunicativo lineal: Emisor- Mensaje-Receptor, pasando por los dialécticos, hasta llegar a propuestas más complejas, desarrolladas a partir de la consideración del sujeto como tal, inmerso en procesos sociales e históricos y que se desenvuelve en distintos sistemas: político, social, económico, familiar, cultural, etc.

Gilberto Giménez considera a la comunicación como una disciplina de carácter híbrido con una vocación natural a la pluralización, la cual está presente en distintos campos, tal es el caso de la antropología, la sociología, la lingüística, la semiótica, etc. Menciona que:

*Según mi interpretación, esta situación paradójica se explica por el carácter híbrido de la disciplina y por su valoración natural a la pluralización, lo cual explica a su vez, los interminables debates sobre la definición de la*

---

<sup>2</sup> La sociología de Pierre Bourdieu, Gilberto Giménez, Instituto de investigaciones sociales de la UNAM. Pp. 151

*comunicación dentro del propio ámbito de la disciplina a la que nos estamos refiriendo*<sup>3</sup>.

Giménez comenta que todas las disciplinas pasan siempre por un momento fundacional, y que en este caso inició por la *razón experimental* -el conocimiento desarrollado y validado a partir de la experimentación de objetivos de estudios medibles y cuantificables-, la *razón hermenéutica* –estudios basados sólo en la interpretación- y la *razón crítica*. *En su última fase, el desarrollo de las disciplinas sociales se caracteriza por la ampliación de sus respectivos dominios y, sobre todo, por su incontenible diversificación y pluralización, sea por especialización, sea por hibridación o amalgama.*

Para Giménez el dispositivo básico de investigación es el modelo de comunicación elaborado a partir de la teoría de la información de Claude Shannon en 1948, y perfeccionado junto con Weaver en 1949. Se trata del modelo: fuente – mensaje – canal – receptor, donde el concepto central es el intercambio de mensajes (messaging) y sus efectos sobre los receptores. Por eso suele llamarse también “paradigma de los efectos” (effects tradition). El tipo de efectos buscados por comunicólogos en la perspectiva de este modelo son los cambios directos de actitudes y emisiones y comportamientos causados por el mensaje. Con Brozo recordemos un hecho que fue muy conocido y ejemplifica un poco lo que dice Gilberto Giménez; es cuando el 3 de marzo de 2004 da a conocer el video escándalo, el cual tiene como invitado en su programa **El Mañanero** al señor René Bejarano, quien en ese tiempo era el líder de los asambleístas por el PRD y fue secretario particular del ex Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador. En ese programa se transmite un vídeo en donde se evidencia a Bejarano recibiendo dinero de un empresario Argentino llamado Carlos Ahumada, el cual aunque no se dice, se entiende que es a cambio de algún favor. El Efecto que causó Brozo en la sociedad mexicana fue repudio y hartazgo

---

<sup>3</sup> Giménez Gilberto, “comunicación, cultura e identidad. Reflexiones epistemológicas” ponencia presentada en el IV Coloquio Internacional de Ciberculturas y Comunidades Emergentes de Conocimiento Local: Discurso y representaciones sociales, abril de 2009.  
<http://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/m4/gimenez.pdf>

a la corrupción que hay en la política. En todo este proceso podemos ver que hubo una Fuente, un Mensaje, un Canal y un Receptor y este último terminó interpretándolo a su manera.

La ciencia de la comunicación se presenta en nuestros días como una disciplina esencialmente híbrida, descentrada, sin fronteras precisas y sin esquemas explicativos propios. En general según Giménez, las teorías de la comunicación se han apropiado de paradigmas y esquemas explicativos tan variados como la cibernética, la teoría crítica marxista, la teoría de la cultura, la teoría de los sistemas lingüísticos, la semiótica estructural, el análisis del discurso, la argumentación, la hermenéutica, las ciencias cognitivas y el intercambio simbólico.

La pluralización y la hibridación son signos de vitalidad y de buena salud en el campo de las ciencias sociales; y Berelson se equivocó en su apreciación sobre el futuro de la ciencia de la comunicación, porque interpretó como signo de "crisis" lo que en realidad era un signo de vitalidad y de fuerza germinativa<sup>4</sup>.

El fenómeno de la hibridación afecta en mayor o menor grado al conjunto de las ciencias sociales, y no sólo a la ciencia de la comunicación. Constituye una de las claves del dinamismo de la creatividad y de la capacidad de innovación dentro de las disciplinas sociales.

El concepto de hibridación o amalgama ha sido propuesto por Mattei Dogan y Robert Phare en el marco de su teoría del "ciclo vital" de las disciplinas sociales. Para estos autores, la última fase de ese ciclo es precisamente la de la pluralización y fragmentación de las ciencias sociales por vía de amalgama. Se entiende por amalgama la fusión, recombinación o cruzamiento de las especialidades o de sectores de disciplinas vecinas, que tienen por efecto principal la circulación de conceptos, teorías y métodos de una disciplina a otra, sin importar las fronteras.

La amalgama, en cambio, supone y demuestra precisamente la permeabilidad de las fronteras disciplinarias. No debe confundirse con especialización, que supone

---

<sup>4</sup> Ibídem

la segmentación del objeto de estudio de una disciplina según diferentes criterios: de escala, de instituciones específicas, de hechos sociales particulares, etc. La hibridación, en cambio, implica la recombinación de segmentos de diferentes disciplinas, incluyendo las especialidades.

La mayoría de las disciplinas sociales son hoy en día disciplinas hibridizadas. La configuración de los campos híbridos varían constantemente: algunos se han estabilizado y han sido reconocidos incluso institucionalmente: por ejemplo, la psicología social, la sociología política, la ecología humana, la economía política; pero otros no han sido reconocidos todavía: como la cibercultura, la psiquiatría social. La red de combinaciones entre disciplinas y subdisciplinas es tal, que parece borrar la vieja clasificación institucional de las ciencias sociales.

### **1.1. La comunicación y la cultura.**

J. B. Thompson<sup>5</sup>, empieza a estudiar a la cultura y relacionarla con la comunicación, de hecho considera a la cultura como un elemento fundamental del intercambio comunicativo. En su libro de Ideología y Cultura Moderna, Thompson menciona que la vida social no sólo es sólo una cuestión de objetos incidentales que se presentan como hechos en el mundo natural: también es una cuestión de acciones y expresiones significativas, de enunciados, símbolos, textos y artefactos de diversos tipos, y de sujetos que se expresan por medio de éstos y buscan comprenderse a sí mismos y a los demás mediante la interpretación de las expresiones que producen y reciben.

Para J.B. Thompson los primeros usos dados al concepto de las lenguas europeas preservaron parte del sentido original de cultura, el cual significaba primordialmente el cultivo o cuidado de algo, como las cosechas o los animales.

A principios del siglo XIX, la palabra “Cultura” se usaba como sinónimo de la palabra “Civilización”. Thompson menciona en el capítulo “El concepto de Cultura”

---

<sup>5</sup> Sociólogo inglés. Académico de la universidad de Cambridge.

que en francés e inglés se traspapelaron los usos de las palabras “Cultura” y “Civilización”: ambas se usaron cada vez más para describir un proceso general de desarrollo humano, de “cultivarse” o “civilizarse”. Sin embargo, en alemán estas palabras se usaban connotación negativa y Kultur una positiva. La palabra “Zivilisation” se asociaba con la cortesía y el refinamiento de los modales, mientras que Kultur se usaba para referirse a los productos intelectuales, artísticos y espirituales donde se expresaban la individualidad y la creatividad de la gente.

Thompson documentó al respecto que nos cultivamos por medio del arte y de la ciencia, señaló Kant, nos civilizamos, al adquirir una variedad de buenos modales y refinamientos sociales. La inteligencia alemana usaba el término Kultur para expresar su posición peculiar y para distinguirse y distinguir sus logros de las clases altas, a las cuales no tenían acceso. En este sentido, la situación de intelligentsia alemana difirió significativamente de la francesa.

A fines del siglo XVIII y comienzos del XIX, el término “Cultura” también se usaba comúnmente en trabajos que buscaban servir como historia universales del desarrollo de la humanidad.

El concepto que surgió a fines del siglo XVIII y principios del XIX, y que se fue formulando principalmente por filósofos e historiadores alemanes, puede describirse como la concepción clásica. A grandes rasgos, esta concepción se puede definir así: “la cultura es el proceso de desarrollar y ennoblecer las facultades humanas, proceso que se facilita por la asimilación de obras eruditas y artísticas relacionadas con el carácter progresista de la era moderna.

Tal como lo pone en claro la última observación, el enfoque de Taylor comprende una serie de suposiciones constituyen a la cultura como el objeto de una investigación científica y sistemática; producen lo que podemos describir como la cientifización del concepto de cultura<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Thompson, Jhon B., “El concepto de cultura” en Ideología y Cultura Moderna, UAM, México, 1999, pp. 188.

Thompson retoma el concepto de Cultura de Taylor (profesor de antropología de la universidad de Oxford). *“La cultura o civilización, tomada en su sentido etnográfico amplio en esa totalidad compleja que abarca al conocimiento, las creencias, el arte, la moral, la ley, las costumbres y cualesquiera otras habilidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad. La condición de la cultura entre las diversas sociedades de la humanidad, en la medida que se puede investigar a partir de principios generales, es un tema propicio para el estudio de las leyes del pensamiento y la acción humana”*<sup>7</sup>.

Taylor consideraba las condiciones culturales de diversas sociedades como etapas de desarrollo o evolución, siendo cada una el resultado de la historia anterior, y estando a punto de hacer su parte correspondiente para moldear la historia del futuro. Además de analizar, clasificar y comparar, el estudio de la cultura debería intentar recorrer el desarrollo de la especie humana, con miras a reconstruir los pasos que llevaron del salvajismo a la vida civilizada. La supervivencia de la cultura, es decir, a partir de los restos de formas culturales previas que persisten en el presente y que dan testimonio de los orígenes primitivos y bárbaros de la cultura contemporánea.

John Thompson escribe que durante mucho tiempo se ha sostenido que el uso de los símbolos es un rasgo distintivo de la vida humana. En tanto que los animales no humanos pueden emitir señales de diversas clases y responder a ellas, solo los seres humanos han desarrollado plenamente, según se argumenta, lenguajes en virtud de los cuales se pueden construir e intercambiar expresiones significativas. Los seres humanos no sólo producen y reciben expresiones lingüísticas significativas, sino que también dan significado a construcciones no lingüísticas: acciones, obras de arte y objetos materiales de diversos tipos. El carácter simbólico de la vida humana ha sido un tema de reflexión constante entre los filósofos preocupados por el desarrollo de las ciencias sociales y humanidades, y entre los profesionales dedicados a él.

---

<sup>7</sup> *Ibidem* pp.190.

White argumenta que la cultura es el nombre de un tipo preciso o clase de fenómenos, es decir, las cosas y los sucesos que dependen del ejercicio de una habilidad mental, exclusiva de la especie humana, que hemos denominado "Symboling". White divide después la amplia categoría de los fenómenos culturales en tres sistemas: el tecnológico, el sociológico y el ideológico. Y los coloca en un marco evolutivo amplio que enfatiza el papel de la tecnología<sup>8</sup>.

Geertz describe su concepto de cultura más como "semiótico" que "simbólico". El significado o sentido de una forma simbólica puede ser mucho más complejo y variado que el significado que podría derivarse de lo que el sujeto productor se propuso originalmente.

Thompson es muy claro en decir que las formas simbólicas son expresiones de un sujeto y para un sujeto (o sujetos). Es decir las formas simbólicas son producidas, construidas o empleadas por un sujeto que, al producirlas o emplearlas, persigue ciertos objetivos o propósitos y busca expresar por sí mismo lo que quiere decir, o que se propone, con y mediante las formas así producidas. El sujeto productor también busca expresarse para un sujeto o sujetos, quienes al recibir e interpretar la forma simbólica, la perciben como la expresión de un sujeto como un mensaje que se debe comprender.

Thompson hace un análisis cultural de las formas simbólicas y las caracteriza en cinco procesos:

- a) El Intencional: en ésta explica cómo un sujeto construye un mensaje de manera intencional para decir algo. El significado de una forma simbólica o de elementos que la constituyen, no es necesariamente idéntico a lo que el sujeto productor se propuso o quiso decir, al producir la forma simbólica. Esta divergencia potencial está presente en la interacción social cotidiana, como se puede apreciar en una respuesta indignada del tipo de "tal vez eso sea lo que quisiste decir, pero no es para nada lo que dijiste".

---

<sup>8</sup> Ibídem pp195.

El significado o sentido de una forma simbólica puede ser mucho más complejo y variado que el significado que podría derivarse de lo que el sujeto productor se propuso originalmente. Además, lo que el sujeto productor se propuso o quiso decir en cualquier caso particular puede ser claro, confuso, rudimentario o inaccesible. El sujeto pudo haber tenido intenciones diversas, conflictivas o “inconscientes”, o quizá simplemente ninguna intención clara.

- b) La convencional. Aquí se refiere a que la producción, la construcción o el empleo de las formas simbólicas, así como su interpretación por parte de los sujetos que las reciben, son procesos que implican típicamente la aplicación de reglas, códigos o convenciones de diversos tipos. Tales reglas, códigos o convenciones van de las reglas gramaticales a las convenciones estilísticas y expresivas, de los códigos que vinculan las señales particulares con letras, palabras o estados de cosas particulares (como por ejemplo el código Morse)

Aplicar reglas, códigos o convenciones a la producción o interpretación de las formas simbólicas no significa necesariamente que se esté consciente de estas reglas o códigos, ni que sea uno capaz de formularlas clara y exactamente si se le pide hacerlo.

- c) Estructural. Aquí se refiere a que las formas simbólicas son construcciones que presentan una estructura articulada; en el sentido de que típicamente se componen de elementos que guardan entre sí determinadas relaciones.

La estructura de una forma simbólica es un patrón de elementos que pueden distinguirse en casos de expresiones, enunciados o textos reales. En cambio, una forma simbólica es una constelación de elementos los cuales podemos describir como “elementos sistémicos” que existen independientemente de cualquier forma simbólica, pero que se realizan en formas simbólicas particulares. De hecho menciona como el lingüista Suizo Ferdinand de Saussure se interesó en los sistemas simbólicos. Al distinguir

entre lengua y el habla, Saussure intentó aislar la lengua como un sistema simbólico como un sistema de signos a fin de estudiar sus elementos básicos y los principios de su funcionamiento.

- d) Referencial. En ésta, Thompson se refiere a que las formas simbólicas son construcciones que típicamente se refieren a algo, dicen algo a cerca de algo. Aquí incluso se usa el término “referencial” de manera muy amplia, a fin de abarcar el sentido general cuando una forma o un elemento simbólico de una forma simbólica puede, en determinado contexto, representar u ocupar el lugar de algún objeto, individuo o situación, así como el sentido más específico donde una expresión lingüística puede, en una aplicación dada, referirse a un objeto particular.

En esta característica Thompson se centra al sujeto que la recibe, y la define de la siguiente manera: las formas simbólicas son construcciones que típicamente representan algo, se refieren a algo, dicen algo acerca de algo.

El nivel de interpretación o significación estará determinada por las características previas, es decir, para lograr tal o cual efecto, el mensaje tuvo que estar estructurado de terminada manera, con ideas o alusiones a aspectos propios del sujeto social.

- e) Contextual. En este John B. Thompson menciona como las formas simbólicas se insertan siempre en contextos y procesos sociohistóricos específicos en los cuales y por medio de los cuales, se producen y reciben. O sea se necesita saber lo que está sucediendo alrededor para poder desarrollar la forma simbólica. Un ejemplo puede ser el mismo programa de Brozo, prácticamente quien lo ve es porque le gusta el ambiente que el programa recrea, un ambiente machista y misógino, y con mensajes de doble sentido. Pero Brozo siempre ha sido así, y quien lo ve ya lo contextualiza de esa manera.

## 1.2. El Habitus

Por habitus, Bourdieu entiende el conjunto de esquemas generativos a partir de los cuales los sujetos perciben el mundo y actúan en él.

El Sociólogo Enrique Martín Criado en un artículo publicado en la Universidad de Sevilla, explica que el habitus juega un papel clave como término intermedio, por un lado, entre el acto y la potencia -mediante el habitus se transforma la potencialidad inscrita genéricamente en los seres en una capacidad concreta de realizar actos-, y por otro, entre lo exterior y lo interior -explicaría la interiorización de lo externo, ligando así la historia pasada a las actualizaciones presentes.

Según Gilberto Giménez, el mismo Pierre Bourdieu clasifica su paradigma sociológico como “Constructivismo estructuralista”. Giménez explica en primer término que bajo esta perspectiva podríamos decir que el constructivismo pretende superar a la vez el “sociologismo” de Emilio Durkheim, que valoriza lo colectivo a expensas de lo individual, y el “individualismo metodológico” que valoriza al individuo a expensas de lo colectivo y estructural<sup>9</sup>.

En segundo lugar, y en términos más positivos, se trata de aprehender las realidades sociales como construcciones históricas y cotidianas de actores individuales y colectivos. De aquí, como subraya también Corcuff (1995: 17), la importancia de la historicidad para los constructivistas, al menos bajo tres aspectos:

- 1) el mundo social se construye a partir de lo ya construido en el pasado.<sup>10</sup>
- 2) las formas sociales del pasado son reproducidas, apropiadas, desplazadas y transformadas en las prácticas y las interacciones de la vida cotidiana de los actores.

---

<sup>9</sup> Giménez, Gilberto, La sociología de Pierre Bourdieu, pp. 152.

<sup>10</sup> En este punto se retoma el texto de Marx en El 18 brumario de Luis Bonaparte: “Los hombres hacen su propia historia, pero no arbitrariamente y en condiciones elegidas por ellos mismos, sino en condiciones directamente dadas y heredadas del pasado”. Gilberto Giménez.

3) este trabajo cotidiano sobre la herencia del pasado abre un campo de posibilidades en el futuro.

Pierre Bourdieu explica: que el constructivismo es “la afirmación de que existe una génesis social de los esquemas de percepción, de pensamiento y de acción que son constitutivos de lo que llamó habitus, por una parte; y por otra de las estructuras sociales, particularmente de lo que llamó campos o grupos, así como también de lo que ordinariamente suelen llamarse clases sociales”.

El concepto de habitus, tiene toda una historia y no es algo inventado por Bourdieu, él sólo lo retoma y lo trata de explicar. El habitus se remonta a la hexis de Aristóteles, entendida como una disposición moral generadora de actos. La escolástica retoma esta misma noción para aplicarla, a través de Santo Tomás, a las “virtudes” en el sentido de la teología moral católica. Hegel, a su vez, la reasume bajo el término de “Sittlichkeit”, entendiéndolo por tal el conjunto de disposiciones permanentes constitutivas de la “moral realizada”, esto es, de la moralidad objetiva. Más cerca de nosotros, es evidente que las nociones claves de la segunda filosofía de Wittgenstein -juego, regla, hábito, aprendizaje- constituyen un aporte masivo a la comprensión del juego social, y por lo mismo pueden ser comparadas fácilmente con los significados asociados por Bourdieu precisamente al concepto de habitus.<sup>11</sup>

*"Producto de la historia, el habitus produce prácticas... conformes a los esquemas engendrados por la historia; asegura la presencia activa de las experiencias pasadas que, depositadas en cada organismo bajo la forma de esquemas de percepción, de pensamiento y de acción, tienden, de forma más segura que todas las reglas formales y todas las normas explícitas, a garantizar la conformidad de las prácticas y su constancia en el tiempo... Historia incorporada, hecha naturaleza, y por ello olvidada en cuanto tal, el habitus*

---

<sup>11</sup> Ibídem 153

*es la presencia actuante de todo el pasado del que es el producto: de partida, es el que confiere a las prácticas su independencia relativa en relación a las determinaciones exteriores del presente inmediato.*<sup>12</sup>"

El modelo estratégico de Bourdieu, permitió, además, esbozar una especie de "economía del habitus" por la que la disposición adquirida podía ser pensada como un capital a ser invertido y un valor a ser colocado en un determinado "campo" que funcionara también como mercado de bienes simbólicos o materiales, todo ello en función de un interés no sólo y no siempre material y utilitario, sino también simbólico. Brozo se fue creando ese capital simbólico, ya que desde 1995, comienza en la radio con su programa **El Mañanero** a ser de manera informal un comentarista de noticias y que poco a poco fue introduciendo en sus programas de televisión como el diario de la noche o programas como las nueve y sereno, donde aparte de entrevistar a un personaje de la vida pública nacional, comentaba un hecho noticioso de actualidad de manera sarcástica.

Jeffrey Alexander, comenta que Bourdieu admite que las personas realizan sus acciones desde el habitus, pero insiste en que esta acción en realidad prefigura a la estructura. El habitus permite que la estructura pase a la posición visible y vulnerable de un fenómeno que posee una forma externa a la fisonomía protegida e invisible del espacio subjetivo y nouménico. Lejos de constituir una alternativa a la explicación estructural, social, el habitus simplemente la operacionaliza<sup>13</sup>.

Jeffrey explica que el problema con el concepto de habitus radica, de hecho, en la insistencia de Bourdieu, en que las disposiciones son producto de procesos

---

<sup>12</sup> Martín Criado, Enrique, "Habitus". En Román Reyes (Dir): *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales. Terminología Científico-Social*, Tomo 1/2/3/4, Ed. Plaza y Valdés, Madrid-México 2009.

<sup>13</sup> Revista de ciencias sociales y humanidades, año 21, No. 50. Artículo de Jeffrey Alexander, La Subjetivación de la fuerza objetiva: el habitus. Pp. 53. Texto que se puede encontrar en: [http://laisumedu.org/DESIN\\_ibarra/ibarra/iztapalapa50.htm](http://laisumedu.org/DESIN_ibarra/ibarra/iztapalapa50.htm)

económicos y sociales que son más o menos reducibles en su totalidad a tales presiones.

En el artículo: “La subjetivación de la fuerza objetiva: el habitus” comenta que “El sujeto nacido del mundo de los objetos no surge como una subjetividad que enfrenta a una objetividad: el universo objetivo está constituido por objetos que son producto de operaciones objetivamente estructuradas de acuerdo con las mismas estructuras que el habitus les aplica”. El habitus es una metáfora del mundo de los objetos. Así pues Bourdieu no está afirmando simplemente que los agentes están poseídos por su habitus más de lo que ellos poseen<sup>14</sup>.

El poder constitutivo que se le otorga al lenguaje ordinario reside, no en el lenguaje mismo, sino en el grupo que lo autoriza y lo inviste de autoridad. Si bien Bourdieu hace un reconocimiento formal a teóricos del lenguaje como Saussure y Chomsky, el enfoque no alcanza a percatarse de que el significado de las palabras se deriva de las relaciones de diferencia que se dan dentro de cada conjunto lingüístico. Para Brozo, el lenguaje que ocupa ha sido parte del éxito de sus programas, ya que siempre a pesar de estar en televisión utiliza un lenguaje “popular” en donde se le ocurre desde alburear al público o a un entrevistado; sin embargo, no es mal visto por los televidentes, y si es visto mal es algo que se le tolera ya que Brozo siempre ha sido un personaje soez, un personaje de la calle al que su público le permite eso y además el público lo goza también, por lo tanto le da la autoridad de hacerlo.

El habitus no es sólo una estructura estructurante que organiza las prácticas y la percepción de las prácticas, sino que también es una estructura estructurada: principio de división en clases lógicas que organiza la percepción del mundo social, es, él mismo, producto de la internalización de la división de clases sociales. Los actos de solidaridad, de compasión e incluso de amor se analizan no como actos motivados o voluntarios, sino como el resultado predeterminado de presiones externas.

---

<sup>14</sup> Ibídem . Pp. 55

Según Bourdieu la concordancia entre una persona socialmente clasificada y las cosas o personas socialmente clasificadas que se ajustan a ella, está representada por todos los actos de cooptación, simpatía, amistad o de amor que se conducen a relaciones duraderas.

El Habitus para Bourdieu “es una subjetividad socializada, que entendida como sistemas perdurables de esquemas de apreciación y acción resultante de la institución de lo social en los cuerpos. El habitus se define siempre en relación con los campos que son “sistemas de relaciones objetivas producto de la institución de lo social en las cosas o en los mecanismos que poseen la cuasi realidad de los objetos físicos”.

### **1.3. El Campo como parte del Habitus.**

Para entender al campo es necesario partir de un espacio social, y este espacio es un sistema de posiciones sociales que se definen las unas en relación con las otras (autoridad / súbdito; jefe / subordinado; patrón / empleado; hombre / mujer; rico / pobre; distinguido / popular; etc.). El “valor” de una posición se mide por la distancia social que la separa de otras posiciones inferiores o superiores, lo que equivale a decir que el espacio social es, en definitiva, un sistema de diferencias sociales jerarquizadas en función de un sistema de legitimidades socialmente establecidas y reconocidas en un momento determinado. Y lo que se llama “orden social” no sería más que el sistema global de espacios sociales constituido por conjuntos de posiciones, a la vez vinculadas y contrapuestas entre sí por las distancias que las separan.

Giménez comenta que en la sociedad actual se diversifica el espacio social en diferentes campos, y éstos se presentan totalmente autónomos aunque vinculados entre sí: campo económico, campo político, campo religioso, campo cultural, etc.

Un campo, por lo tanto, es una esfera de la vida social que se ha ido autonomizando progresivamente a través de la historia en torno a cierto tipo de relaciones sociales, de intereses y de recursos propios, diferentes a los de otros campos. En nuestro objeto de estudio, podemos ver que Brozo pertenece al

campo del comentario público en televisión, aunque también puede entrar en el campo de la comedia como personaje cómico.

En su obra de Sociología y Cultura, Bourdieu nos comenta que en cualquier campo encontraremos una lucha, cuyas formas específicas habrá que buscar cada vez, entre el recién llegado que trata de romper los cerrojos del derecho de entrada, y el dominante que trata de defender su monopolio y excluir a la competencia. En su misma metáfora sobre el juego menciona que para que funcione un campo, es necesario que haya en juego gente dispuesta a jugar, que esté dotada de los habitus que implica el conocimiento y reconocimiento de las leyes inmanentes al juego, de lo que está en juego. Y en este caso Brozo entra al jugar al logra romper el cerrojo, y es aceptado tanto por los mismos comentaristas como por su público que le ha dado ese valor.

Aquellos, que dentro de un estado determinado de la relación de fuerzas, monopolizan (de manera más o menos compleja) el capital específico, se inclinan hacia estrategias de conservación –las que dentro de los campos de producción de bienes culturales tienden a defender la ortodoxia-, mientras que los que disponen de menos capital (que suelen ser los también recién llegados, es decir, por lo general los más jóvenes) se inclinan a utilizar estrategias de subversión: las de herejía. La herejía, la heterodoxia, como ruptura crítica, que está a menudo ligada a la crisis, junto con la doxa, es la que obliga a los dominantes a salir de su silencio y les impone la obligación de producir el discurso defensivo de la ortodoxia, un pensamiento derecho y de derechas que trata de restaurar un equivalente de la adhesión silenciosa de la doxa<sup>15</sup>.

Bourdieu recurre nuevamente a la metáfora del juego para dar una primera imagen intuitiva de lo que entiende por campo: éste sería un espacio de juego (en este caso el medio de comunicación y el comentario político) relativamente autónomo, con objetivos propios a ser logrados, con jugadores compitiendo (a veces ferozmente) entre sí y empeñados en diferentes estrategias según su dotación de cartas y su capacidad de apuesta (capital), pero al mismo tiempo

---

<sup>15</sup> Ibídem pp. 162

interesados en jugar porque “creen” en el juego y reconocen que “vale la pena jugar”. En este caso, Brozo reconoce y cree que es conveniente jugar a ser comentarista de noticias, y además reconoce que cuando empezó a hacer su programa de **El Mañanero**, eran tiempos de cambios políticos y democráticos en el país, en donde los medios estaban abriéndose a cosas nuevas y estaban siendo más críticos, por lo que se le hizo importante empezar a jugar y es por eso que decidió entrar a este juego de comentarista político.

“Los jugadores pueden jugar para aumentar o conservar su capital, sus fichas, es decir, en conformidad con las reglas tácitas del juego y con las necesidades de la reproducción del juego y de los intereses en juego; pero también pueden trabajar para transformar parcial o totalmente las reglas inmanentes del juego”<sup>16</sup>.

Existe otra propiedad, ya menos visible de un campo, la cual se refiere a que toda la gente comprometida con un campo tiene una cantidad de intereses fundamentales comunes; es decir, todo aquello que está vinculado con la existencia misma del campo, de allí que surja una complicidad objetiva que subyace en todos los antagonismos. Aunque se olvida que la lucha presupone un acuerdo entre los antagonistas sobre aquello por lo cual merece la pena luchar y que queda reprimido en lo ordinario, en un estado de doxa, es decir todo lo que forma el campo mismo, el juego, las apuestas, todos los presupuestos que se aceptan tácitamente, aun sin saberlo, por el mero hecho de jugar, de entrar en el juego.

Los que participan en la lucha contribuyen a reproducir el juego, al contribuir, de manera más o menos completa según los campos, a producir la creencia en el valor de lo que está en juego. Los recién llegados tienen que pagar un derecho de admisión que consiste en reconocer el valor del juego (la selección y cooptación siempre prestan mucha atención a los índices de adhesión al juego, de inversión). Y en conocer ciertos principios de funcionamiento del juego.

---

<sup>16</sup> Ibídem pp. 163

Ellos están condenados a utilizar estrategias de subversión, pero éstas deben permanecer dentro de ciertos límites, so pena de exclusión. En realidad, las revoluciones parciales que se efectúan continuamente dentro de los campos no se ponen en tela de juicio los fundamentos mismos del juego, su axiomática fundamental, el zócalo de creencias últimas sobre las cuales reposa todo el juego. Por el contrario, en los campos de producción de bienes culturales, como la religión, la literatura o el arte, la subversión herética afirma ser un retorno a los orígenes, al espíritu, a la verdad del juego<sup>17</sup>.

Otro indicio del funcionamiento de un campo como tal es la huella de la historia del campo en la obra (e incluso en la vida del productor). Existe el efecto del campo cuando ya no se puede comprender la obra (y el valor, es decir, la creencia que se le otorga) sin conocer la historia de su campo de producción; con el cual los exegetas, comentadores, intérpretes, historiadores, semiólogos y demás filólogos justifican su existencia como únicos capaces de explicar la obra y el reconocimiento del valor que se le atribuye.

#### **1.4. Los Capitales**

El Campo se convierte en capital o recursos, y en el cual lo divide en tres, éstos son:

- 1.- Recursos económicos.- En donde eminentemente el dinero ocupa el papel predominante.
- 2.- Recurso de naturaleza cultural.- Es el aprendizaje adquirido, el nivel de estudios que va adquiriendo.
- 3.- Recursos Sociales.- Es la capacidad de moverse o adentrarse en un grupo social.

En la lógica de Bourdieu menciona que se deben cumplir estas tres bases para entrar al juego. En este aspecto podemos ver que Brozo tiene el poder de jugar y

---

<sup>17</sup> Ibídem pp. 162.

entrar al juego de los comunicadores y comentarista de noticias y sus recursos son los siguientes:

a) Como recurso económico, podemos señalar que Brozo es un personaje, que gracias a su trayectoria, logra cotizar grandes cantidades de dinero, ya que cuando hizo el cambio de Televisora, de CNI Canal 40 a Televisa, se mencionó que le dieron dos millones de dólares (algo que nunca se confirmó, pero que Brozo nunca negó).

b) Su recurso de naturaleza cultural también ha jugado parte importante en Brozo, ya que como recordamos él empezó contando cuentos en la calle y en los cabarets, eso de alguna manera le ha ayudado a tener acercamientos con la gente y con su público. Javier Solórzano menciona que el éxito de Brozo es porque entiende el país donde vive. Recordemos que Brozo antes de salir en Televisión en el año 2000, ya tenía cuatro años comentando noticias por radio Acir en el 1260 de a.m., con un programa que se llamaba **El Mañanero**, y en televisión tenía como antecedente el Diario de la Noche en el que salía con Mayra Rojas y en donde también hacía comentarios de asuntos políticos. Y de alguna manera se mofaba de algunas situaciones, de hecho en ese programa es donde presentó un partido político llamado “EL PRAU” el cual tuvo mucho éxito que hasta el mismo IFE reconoció que mucha gente lo puso el día de las elecciones, ya que en las boletas electorales, existía un espacio para candidatos independientes, eso fue en 1997, cuando en el Distrito Federal se organizaron las primeras Elecciones para Jefe de Gobierno.

c) Y su recurso social es la forma de hablar, cómo el mismo dice, “habla en perro para que la perrada lo entienda”. Gracias a su personaje de payaso, con el cual se protege y eso ayuda a jugar con sus invitados, él puede desde alburearlos, hasta hacerles cualquier tipo de pregunta, ya que al mostrarse como un payaso de la calle, no entiende a sus entrevistados y quiere que le expliquen bien.

Estos tres grandes tipos de recursos no sólo constituyen los “intereses en juego” dentro de determinados campos, sino también las condiciones para “entrar en

juego” y hacer jugadas rentables dentro de un campo, de modo que se acrecienten los recursos inicialmente comprometidos. Lo que implica todo un trabajo de valorización de los recursos invertidos para obtener beneficios. Por esta razón se da el nombre de capital a los recursos puestos en juego en los diferentes campos: capital económico, capital cultural y capital social (la red de relaciones movilizables). Por la misma razón, el campo se considera también como un mercado donde tiene curso y se negocia un capital específico. En este caso la información y en mayoría la información política.

Bourdieu introduce una cuarta especie de capital: el capital simbólico. Éste consiste en ciertas propiedades impalpables, inefables y cuasi-carismáticas que parecen inherentes a la naturaleza misma del agente. Tales propiedades suelen llamarse, por ejemplo, autoridad, prestigio, reputación, crédito, fama, notoriedad, honorabilidad, talento, don, gusto, inteligencia, etc. Según Bourdieu, el capital simbólico así entendido “no es más que el capital económico o cultural en cuanto conocido y reconocido”. En efecto, lejos de ser naturales o inherentes a la persona misma, tales propiedades sólo pueden existir en la medida en que sean reconocidas por los demás<sup>18</sup>.

### **1.5. La comunicación, los medios y las masas.**

La comunicación de masas, se ha vuelto una parte fundamental de nuestro objeto de estudio, ya que Brozo, al ser líder de opinión, se ha convertido en referencia de miles de personas. De hecho se ha mencionado anteriormente que las masas o las personas son quienes han validado a Brozo como comentarista de noticias.

Las masas, han surgido en el panorama histórico desde la segunda mitad del siglo XIX, provocando a los teóricos que intentaron comprenderlas, Jesús Martín Barbero escribe sobre las masas lo siguiente: “un movimiento que va del miedo a la decepción y de allí al pesimismo, pero conservando el asco”. María Fernanda Madriz en un texto llamado “*Mass Communication Research: ¿todos los gatos son pardos?*” habla de la historia de las masas; comenta que en efecto, desde las

---

<sup>18</sup> Ibídem pp.164

primeras décadas del siglo XX las “masas” no podían ser excluidas de ningún proyecto de organización nacional: ni de aquellos que aspiraban a consolidar el modelo de desarrollo capitalista, para quienes “las masas” eran muchedumbres que había de “orientar” hacia la producción y el consumo, ni para aquellos que aspiraban a sustituirlo por el modelo socialista, para quienes la revolución era imposible sin la participación activa de estas “masas”<sup>19</sup>.

Las masas fueron concebidas como: una gran cantidad de personas incapaces de expresar sus cualidades humanas, porque no están unidas las unas con las otras, ni con los individuos, ni como miembros de una comunidad, “el hombre masa es un átomo solitario, uniforme, idéntico a millones de otros átomos destinados a formar la muchedumbre solitaria.”<sup>20</sup>

Otra teoría de las masas proviene de la psicología conductista en sus primeras formulaciones, que consagraba el principio del estímulo respuesta como explicación de las conductas humanas. Así, si a nivel individual los hombres respondían a estímulos externos en una relación de causa/efecto y, si las masas no eran más que un agregado de átomos individuales, entonces los mensajes de los medios (estímulos) podrían ejercer una influencia directa y casi unívoca en los comportamientos (respuestas) de las multitudes.

María Fernanda Madriz piensa que fue hasta 1920, cuando los medios impresos fueron los principales vehículos de las campañas políticas y comerciales. De hecho, la guerra psicológica desatada durante la Primer Guerra Mundial, se basó no en el uso de la radio –que sí jugaría un papel importante en la guerra del 39- sino en los periódicos y otros vehículos impresos: tres millones de octavillas muy objetivas informando a los soldados alemanes sobre la situación militar de ese contexto; además, el servicio de propaganda aérea francesa; ésta no solamente utilizaba las octavillas, sino panfletos redactados por los alemanes que habían

---

<sup>19</sup> Mass Communication research: ¿Todos los gatos son pardos? Madriz, María Fernanda.1993. <http://bitacorasdecomunicacion.blogspot.com/2009/03/mass-comunications-research.html>

<sup>20</sup> Ibídem.

cambiado de bando. Esfuerzo fue inmenso y en octubre de 1918 se arrojaron 5 millones de octavillas sobre las líneas alemanas.

En el texto mencionado de Madriz, menciona que el primer paradigma propuesto por los estudios sobre comunicación en los Estados Unidos se basará en:

a) un modelo hipodérmico, según el cual, los mensajes iban directamente de los medios a la población, inyectando en cada individuo ideas capaces de modificar en forma casi automática su pensamiento.

b) una visión interesada de estas “masas” que las “mira y mide” o bien como público potencialmente elector.

c) un interés centrado en las audiencias y en los efectos de la comunicación masiva.

d) una metodología cuantitativa que, partiendo del principio de “todos reaccionaban más o menos igual a los mensajes”, pone el énfasis en estudios estadísticos de muestreo.

e) una sobrevalorización de los medios que condujo a reducir la noción de comunicación al campo específico de la difusión masiva.

Según Madriz en los años treinta, los estudios sobre audiencias se especializaron sobre el impacto que el cine y la radio tenían sobre el público; además analizaron en la radio los efectos de campañas publicitarias y electorales, donde demostraron que: la audiencia se demostraba intratable. Las personas decidían ellas solas sin ponerse a la escucha o no. E incluso cuando escuchaban, la comunicación podía resultar carente de efectos o de efectos opuestos a los previstos. En este hecho un conjunto de psicólogos sociales (Hovland, Lewin, Festinger, Janis) se interesan para analizar la comunicación masiva y, con ellos el estudio de comunicación de masas toma un giro psicologista donde se reformula la teoría anterior, ahora ellos plantean lo siguiente:

- Redimensionan el concepto de masa: la masa sigue siendo un conglomerado de individuos, pero comienzan a reconocerse diferencias de personalidad: no todos reaccionan de la misma manera ante los mismos estímulos, y ello se debe a que las personas presentan diferencias significativas que dependen de su experiencia psicológica personal.

- Redimensión del poder asignado a los medios: los medios masivos tienen, en efecto, una altísima capacidad persuasiva, pero su influencia suele limitarse al esfuerzo de opiniones ya existentes y no a la “inculcación” de nuevas formas de pensar.

- Así, al modelo mecanicista del estímulo-respuesta, se agrega una categoría de mediación. —la personalidad—capaz de producir “efectos” sobre los “efectos” previsibles de la comunicación masiva.

La conclusión a esto es que las reacciones a la persuasión están determinadas no solamente por quién lo dice y por lo que dice, sino también las características sociales y de personalidad del individuo a quien se dice (Irving, J., 1973 p.65).

El contexto de la segunda guerra mundial —escribe Fernanda Madriz- y el diseño y uso de la propaganda bélica, fueron el marco idóneo para el florecimiento del nuevo paradigma. En 1942, Kart Hovland inicia una investigación adscrita al ejército norteamericano destinada a evaluar la eficacia persuasiva de los films utilizados para levantar la moral de las tropas en el frente. Finalizada la guerra, Hovland y un amplio equipo de psicólogos formulan la teoría científica de la persuasión que, basándose en los resultados obtenidos en los estudios bélicos, aparta formulas para el diseño óptimo de mensajes dirigidos a persuadir.

En varios estudios de Lazarsfeld de principios de los cuarenta, aparecen ya observaciones a cerca de la necesidad de incluir en los análisis sobre sexo, grado de instrucción y status social. *En Radio and the printed page. An introduction to the study of radio and its role in the communication of ideas* (1940). Lazarsfeld intenta demostrar que existe una relación más o menos compleja entre: a) Las características sociales de los distintos públicos, b) Las razones por las cuales

estos públicos prefieren un tipo de programas y no otros, y c) las características de los programas preferidos de estos públicos.

En un texto *The people's choice* de Lazarsfeld, texto que ha hecho historia en el estudio de la comunicación de masas, en el configura el paradigma de los efectos limitados que posteriormente se conocería como *two steps flor communication*, que su traducción es comunicación en dos etapas.

En este texto explica lo siguiente:

- a) Se confirman escalas de efectividad desigual en los efectos de las campañas electorales sobre las distintas audiencias, determinados por variables sociológicas y no psicológicas.
- b) Se descubre la existencia de líderes de opinión, es decir individuos “muy complicados e interesados en el tema y dotados de más conocimientos sobre el mismo” que se exponen en un grado mucho mayor que el resto de las personas a los mensajes mediáticos.
- c) La constatación de que los eventuales cambios de opciones electorales de los votantes respondían más a la influencia de comunicaciones, interpersonales (discusiones y conversaciones con amigos, etc.) que a comunicaciones masivas.
- d) La confirmación de que dentro de estas redes de comunicación interpersonal, los líderes de opinión ejercían una influencia decisiva en los cambios de actitud de los votantes, operando como mediadores de los mensajes masivos y los electores.
- e) En conclusión de que, por todo lo antedicho, los efectos de las comunicaciones de masas, “son imitados” y representan sólo uno de los circuitos de circulación de mensajes y de construcción de opinión en la sociedad.

Como puede verse, entonces, de los primeros estudios de Lazarsfeld al “*two steps*” *low communication* hay sólo “dos pasos” de distancia y, del *two steps flor communication* al disfuncionismo y los planes de modernización hay solo uno; al que separa a América Latina de los proyectos norteamericanos de expansión transnacional y de la alianza para el progreso de Kennedy. Y así, lo que comenzó siendo un paradigma sociológico en el campo de la investigación mediática, se transformó en un modelo de intervención y acción social diseñado desde los Estados Unidos para ser aplicados a las sociedades “subdesarrolladas”. Con el fin de inducir estructuras económicas y socioculturales la sustitución de formas de hacer y pensar “atrasadas” por formas de hacer y pensar “modernas”. Todo ello basándose en la existencia de líderes de opinión o individuos con personalidad transicional que servirían como “mediadores” entre las campañas massmediáticas y el resto de la población.

María Fernanda Madriz también nos habla sobre el status en la comunicación o que puede tomar un comunicador y comenta que los mass media dan prestigio y realizan la autoridad de individuos y grupos al legitimar su status. El reconocimiento por parte de prensa, radio, revistas o noticiarios cinematográficos, testifican que uno ha llegado a ser alguien en la vida; al parecer, las audiencias de los mass media suscriben la creencia circular: “si realmente pesas estarás en el centro de atención de las masas, y tú ocupas el centro de la atención de las masas, seguro que en realidad ser persona de peso”.<sup>21</sup>

También se menciona sobre la compulsión de las normas sociales, que los mass media pueden iniciar una acción social exponiendo condiciones distintas respecto a lo establecido por la moral pública. Una vez hechas públicas las desviaciones en la conducta, ello crea tensiones entre lo privadamente tolerable y lo públicamente reconocible. Está claro que los mass media, sirven para reafirmar normas sociales al exponer desviaciones respecto a tales normas ante la opinión pública<sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> Lazarsfeld, Paul Felix y Robert Merton, en Moragas Spa. Miguel, 1982, pp. 177

<sup>22</sup> *Ibíd.* pp. 178-180.

Puesto que los mass media son sustentados por grandes complejos del mundo de los negocios enclavados en el actual sistema económico, los medios contribuyen al mantenimiento de este sistema, puesto que nuestros mass media comercialmente patrocinados promueven una obediencia inconsciente a nuestra estructura social, no cabe confiar en ellos para que elaboren cambios, aunque se trate de cambios internos en esta estructura.<sup>23</sup>

Estos medios no sólo siguen afirmando el statu quo sino que además dejan de suscitar preguntas esenciales acerca de la estructura de la sociedad, al llevar al conformismo, los mass media bajo el patrocinio comercial restringen indirecta pero efectivamente el patrocinio de una visión genuinamente crítica. A este respecto los autores reconocen que, si se toman como referencia los estándares de la “cultura culta”, los contenidos de los mass media representan degradaciones de estos contenidos. Señalan sin embargo, que este fenómeno no debe verse sólo en términos estéticos, sino inmerso en un marco sociológico de análisis que permitan comprender los procesos de masificación social y la ampliación de los públicos consumidores de “cultura” como una consecuencia –no necesariamente negativa– de esta ampliación.

La investigación sobre la comunicación se independiza de los estudios restringidos de la publicidad y la propaganda, y se inserta en un análisis global de la sociedad, donde se intenta establecer los vínculos entre comunicación masiva y equilibrio social global.

Al insertar a los individuos en la realidad socio-histórica “moderna”, se obtendrán cinco modalidades de uso y consumo de los media orientados a satisfacer cinco necesidades básicas.

- a) La situación social produce tensiones y conflictos que el consumo de los media atenúan.
- b) La situación social crea la conciencia de determinados problemas que exigen atención, y la información sobre ellos pueden buscarse en los media.

---

<sup>23</sup> Ibídem pp. 182.

- c) La situación social ofrece escasas oportunidades reales de satisfacer determinadas necesidades, que procuran satisfacer de forma delegada, en los media.
- d) La situación social crea determinados valores, cuya satisfacción y cuyo refuerzo son facilitados por las comunicaciones de masas.
- e) La situación social proporciona y determina expectativas de familiaridad con determinados mensajes, que deben por tanto ser disfrutados para sostener la pertenencia a grupos sociales de referencia.

En síntesis, esta modalidad del paradigma funcionalista se basa en el principio de los receptores que lo seleccionan tanto los medios como los usos eventualmente no previstos por los emisores. A pesar de que la teoría de de los usos y las gratificaciones ha sido considerada por muchos autores en los últimos años como una alternativa científica válida en la investigación mediológica.

La teoría sugiere implícitamente una libertad de elección plena por parte de los receptores, de aquello que desean ver y oír para satisfacer sus necesidades. Este punto de vista obvia el hecho de que esta elección este predeterminada por lo que los medios ofrecen por una disponibilidad de contenidos, programas y formatos que, cuando menos en América Latina dista mucho de ser múltiple. Ya que por lo regular en televisión abierta, se pone la misma programación, el ejemplo es el de las telenovelas, que se exhiben en más de tres canales de televisión por la tarde. Otro ejemplo puede ser en las mañanas, donde los noticiarios son los que mandan.

En el texto “Medios, audiencias y mediaciones<sup>24</sup>”, Guillermo Orozco nos habla de cómo los medios y en particular la televisión, no se asumen como simples tecnologías, o por el contrario, sólo como instituciones culturales. Ni la denuncia estéril, ni las complacencias acríticas consideran que los medios de difusión modernos son mucho más que sólo medios. Son lenguajes, metáforas,

---

<sup>24</sup> Revista “comunicar” Marzo 1997. No. 8. pp.25-30. Edit. Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación. Andalucía España.

dispositivos tecnológicos, escenarios donde se genera, se gana o se pierde el poder; son mediaciones y mediadores, lógicas empresas mercantiles: son instrumentos de control y moldeamiento social, y a la vez, son dinamizadores culturales y fuente de referentes cotidianos: son educadores representantes de la realidad y son generadores de conocimiento, autoridad y legitimación política.

Más allá de los efectos el bien y del mal, los medios ejercen una influencia variada en sus audiencias que atañe a distintos niveles: afectivos, racionales, axiológicos, psicomotrices, informativos, actitudinales. A la vez, los medios influyen en diferentes ámbitos: el de la realidad, el de la fantasía, el del placer, el de la responsabilidad, el del hacer y el de pensar.

Su influencia más que por imposición violenta, se realiza sutilmente, por complicidad, por ausencia de otros mecanismos jurídicos que normen y legislen su funcionamiento en las sociedades contemporáneas; por ausencia de otros mediadores que contrarresten su influencia como la escuela o la familia; por la ausencia de otros satisfactores y otras posibilidades de las audiencias para disfrutar el tiempo libre: por la complicación de las condiciones materiales de la existencia: creciente pobreza, violencia, narcotráfico, inseguridad, crisis económicas, corrupción, que facilitan que el posible consumo cultural de las audiencias como teatro, cine, museos, exposiciones y festivales, en lugar de diversificarse y ampliarse, se constriña cada vez más hacia un consumo mediático, y en particular hacia el mono consumo televisivo.

Sobre las Audiencias Orozco nos cuestiona sobre ¿quién es la audiencia?, ¿qué son las audiencias, además de televidentes, radioescuchas o lectores anónimos?, ¿qué son más allá de datos estadísticos sobre preferencia de programáticas, horario de exposición a los medios, o en todo caso, conjunto abstracto de expectativas para ver, leer o escuchar? Sobre las audiencias se ha dicho mucho, pero realmente sabemos poco; Wilton de Sousa (1994), menciona que el sujeto, lado oculto de la de la recepción, precisamente sugiere la necesidad de una búsqueda más profunda sobre las audiencias. Para las agencias de rating y empresas comerciales de medios, las audiencias son cifras, son segmentos

cuantitativos en los que se divide la sociedad con respecto a su exposición y preferencias a algún medio.

Pero desde una perspectiva humana, las audiencias somos todos, con nuestras resistencias y complacencias a consumir lo ofertado en los medios, con nuestras visiones y ambiciones de y hacia los medios. Las audiencias somos sujetos capaces de tomar distancia de los medios y sus mensajes, pero también sujetos ansiosos de encontrar en ellos lo espectacular, lo novedoso, lo insólito, todo eso que nos emocione, nos entremezca, nos divierta y nos haga salir, aunque sea por un momento, de nuestra rutina y existencia cotidiana.

Como audiencia no se nace. Las audiencias se van haciendo de distintas maneras, aunque quizá la predominante sea la manera auspiciada por los mismos medios: audiencias pasivas, acríicas simplemente espectadoras.

Sobre las mediaciones, Martín-Barbero las ha definido como el lugar donde se otorga el sentido a la comunicación. El mundo del trabajo, el de la política, la producción cultural. Son entonces fuentes de mediación de los procesos comunicativos<sup>25</sup>.

El juego de la mediación múltiple tanto en los medios, las audiencias y sus procesos de recepción, es lo que finalmente define lo que los medios logran, y lo que las audiencias se apropian, negocian o rechazan de los medios, así como el uso que de ellos se hace. Más que transmitir, la comunicación se produce en el proceso mismo, largo y complejo, de la recepción, donde se le da un sentido. Un sentido que no es autónomo completamente de lo propuesto por los medios, pero que tampoco está restringido a eso.

## **1.6. El Mexicano, la cultura y Brozo.**

Brozo tiene mucha relación con la forma de ser del mexicano. Octavio Paz escribe en *El Laberinto de la Soledad*: “Viejo o adolescente, criollo o mestizo, general, obrero o licenciado, el mexicano se me aparece como un ser que se encierra y se

---

<sup>25</sup> *Ibíd.* pp.25-30.

preserva: máscara el rostro y máscara la sonrisa. Plantado en su arisca soledad, espinoso y cortés a un tiempo, todo le sirve para defenderse: el silencio y la palabra, la cortesía y el desprecio, la ironía y la resignación. Tan celoso de su intimidad como de la ajena, ni siquiera se atreve a rozar con los ojos al vecino: una mirada puede desencadenar la cólera de esas almas cargadas de electricidad. Atraviesa la vida como desollado, todo puede herirle, palabras y sospecha de palabras. Su lenguaje está lleno de reticencias, de figuras y alusiones, de puntos suspensivos; en su silencio hay repliegues, matices, nubarrones, arcoíris súbitos, amenazas indescifrables. Aun en la disputa prefiere la expresión velada a la injuria: “al buen entendedor pocas palabras”. En suma, entre la realidad y su persona establece una muralla, no por invisible menos infranqueable, de impasibilidad y lejanía. El mexicano siempre está lejos, lejos del mundo y de los demás. Lejos también de sí mismos”<sup>26</sup>. El texto anterior pareciera que es una perfecta descripción de Brozo, aunque es un texto hecho en 1950. Brozo sabe lo que es, y es por eso que se apega mucho a estas ideas.

Álvaro Cueva, (analista de televisión) comentó en entrevista que Brozo rescata una de las tradiciones más importantes de nuestra cultura popular que es la tradición de la máscara. México tradicionalmente es un país de máscaras, un país enmascarado. Haciendo una revisión por las diferentes culturas podemos encontrar que en todas había de una manera u otra un acercamiento muy claro hacia la máscara; esas máscaras prehispánicas se convierten en máscaras sociales a raíz de la conquista y persisten con el paso de los años, con el paso de los siglos hasta tener ahora un país enmascarado sumergido en una doble moral, en una doble identidad y en una serie de juegos donde la única manera de hacerlos sobresalir es a través de otra máscara. “Brozo es un personaje enmascarado, finalmente lleva una máscara y es una persona que nos remite a nuestro pasado más antiguo. Todo lleva máscara como El Santo, el enmascarado de plata, El Zorro, un personaje californiano, que finalmente era nuestra California. Traemos y tenemos una cultura muy enmascarada y tenemos una relación muy estrecha desde siempre; entonces, es racional que en el siglo XXI un hombre

---

<sup>26</sup> El Laberinto de la soledad. PAZ, Octavio. Fondo de Cultura económica,. México DF. 2005. pp.14

enmascarado sea el líder de opinión en los medios electrónicos de comunicación en México”<sup>27</sup>.

Tener máscara tiene sus ventajas y desventajas, lo más fácil sería suponer que detrás de la máscara finalmente hay un hombre que se esconde y que puede lavarse las manos y la verdad es que con una máscara el riesgo se multiplica. La máscara es inherente al chantaje, “lo voy a poner en términos de lucha libre, cuando el enmascarado comete un error el riesgo que corre es que le quiten la máscara, si Brozo comete un error el riesgo que corre es que le quiten la máscara y pierda su encanto como payaso. Entonces es un juego muy interesante.”

También coincide con esto Ramonet,<sup>28</sup> articulista del periódico La voz de Galicia, en España, que comenta que en México existe una fuerte tradición del héroe justiciero, enmascarado, una fascinación por la máscara que hunde sus raíces en la profundidad de la historia de los rituales aztecas. Otros casos de enmascarados, además de los populares luchadores como El Santo, presentes en la cultura popular, han sido Súper Barrio (vestido como de superman), y el mismo Subcomandante Marcos del guerrillero Ejército Zapatista de Liberación Nacional.

No sólo por la máscara, Brozo se ha convertido en uno de los personajes más importantes en la historia de la televisión mexicana, sin proponérselo. Porque coincide al cien por cien con la ideología del mexicano, concretamente a la idiosincrasia del mexicano urbano chilango. El mexicano urbano chilango es una epidemia que va creciendo en todo el país, es un mexicano muy politizado pero que no toma en serio la política, al mismo tiempo es muy agresivo y a la vez no da la cara. Brozo rescata todos esos elementos y los pone en pantalla.

Carlos Monsiváis comentaba en un artículo de la revista Cambio que Brozo no es un payaso, es un actor que para hacer uso de las libertades y las tradiciones del circo la hace de payaso; en la vida del circo, el payaso jamás recurrió al chiste

---

<sup>27</sup> Entrevista realizada a Álvaro Cueva analista de televisión el 7 de mayo de 2005.

<sup>28</sup> Texto tomado de la página de internet:

<http://www.esmas.com/espectaculos/farandula/355697.html> El 5 de mayo de 2011. Artículo de abril de 2004.

político, no era ese su cometido<sup>29</sup>; Trujillo no ignora lo anterior y si se viste se payaso es para hablar, desde la escenografías de la cara enharinada y el vestuario grotesco, de algo muy ligado al circo: la política mexicana de la etapa que no parece concluir<sup>30</sup>.

---

<sup>29</sup> Revista Cambio, año 1, número 31. 13 al 19 de enero de 2002. pp. 18

<sup>30</sup> *Ibídem* Álvaro Cueva.

## **2. La Comunicación y el contexto social.**

En este capítulo vamos a comentar como es que Brozo a través de su historia se traza el camino para ser conductor de un informativo por televisión. Para empezar recordemos que Thompson menciona que en las sociedades, los seres humanos se dedican a la producción e intercambio de información y contenido simbólico. Desde las más tempranas formas de gestualidad y uso de lenguaje, como lo es el caso del personaje Brozo, ya que aunque sea un Payaso tiene el poder simbólico como conductor de un informativo. Con el tiempo ha logrado imponer un estilo de decir noticias. John B. Thompson comenta que “las formas simbólicas han estado produciéndose y reproduciéndose en una escala cada vez mayor; se han convertido en productos de consumo que pueden comprarse y venderse en el mercado; han sido pasado a ser accesible a individuos ampliamente diseminados en el espacio y en el tiempo<sup>31</sup>”. Es así como algunos medios masivos, como la televisión ha logrado irse diseminando y se convierte en algo con poder. Por eso hay que recalcar que la comunicación mediática posee una dimensión simbólica irreductible: y se ocupa de la producción, almacenamiento y circulación de materiales significativos para los individuos que los producen y los reciben. El mismo J B. Thompson menciona también que “los seres humanos se convierten en fabricantes y tramas de significado para consumo propio.<sup>32</sup>”.

Cuando iniciaba el año dos mil, Brozo empezó a llamar la atención como conductor de un informativo, aunque era conocido como conductor de algunos programas como El diario de la noche o Las once y sereno o un simple cuenta cuentos, nadie se imaginaba que fuera a conducir un programa de noticias, ya que casi siempre ese género de conducción, o ese estilo estaba reservado para personas “solemnes y serias” más no para un “payaso indigente, decadente, crítico, libidinoso, alburero y misógino”. Víctor Trujillo como Brozo, a pesar de ser como es, ha tenido la aceptación del público, y en su momento se pudo considerar como fenómeno social. Para entender a Brozo retomemos a J. B

---

<sup>31</sup> Thompson, John B. Los medios y la modernidad. Una Teoría de los medios de comunicación. Barcelona 1998. pp. 26.

<sup>32</sup> *Ibíd.* pp. 28

Thompson, que dice que “el mundo sociohistórico no es sólo un campo-objeto que esté allí para ser observado; también es un campo-sujeto constituido, en parte, de sujetos que en el curso rutinario de sus vidas diarias que participan constantemente en la comprensión de sí mismos y de los demás, y en la interpretación de las acciones, expresiones y sucesos que ocurren en torno a ellos.”<sup>33</sup> Para comprender a Brozo, hay que entender su manera de ser y expresarse y retomar sus orígenes, al hacer esto, lo podemos perdonar su manera de ser, porque el payaso siempre ha sido así, mal hablado y misógino y por lo tanto lo interpretamos así. Thompson se preguntaba “¿acaso la tradición de la hermenéutica no se ha interesado fundamentalmente por los problemas de significado y la comprensión, por las maneras en que el mundo sociohistórico es creado por individuos que hablan y actúan, y cuyas expresiones y acciones significativas pueden ser comprendidas por otras que forman parte de este mundo? Y de ser así ¿cómo puede esta tradición proporcionarnos los recursos metodológicos para tomar en consideración no sólo la constitución significativa del mundo sociohistórico, sino también su constitución como campo de fuerza, ámbito de poder y conflicto en el cual el significado pueda ser una máscara para ocultar la represión?”<sup>34</sup> La vida social está compuesta de individuos que llevan a cabo propósitos y objetivos de varios tipos, en este cometido siempre actúan dentro de un conjunto de circunstancias previamente establecidas y ofrecen a los individuos diferentes inclinaciones y oportunidades, como es el caso de Brozo, él se inclinó a un informativo “chacotero” y actúa como tal en su programa. Pero para entender a los informativos hay que ver como se fueron construyendo desde un principio tanto en el mundo como en México.

## **2.1 La Televisión y la modernidad.**

A pesar que tiene un poco más de 60 años, está en su plena juventud. Lo que para muchos es una caja idiota, para otros estar frente a ella en las noches o a la hora de su programa favorito es imperioso; además no puede faltar su presencia

---

<sup>33</sup> Thompson, John B. Ideología y cultura moderna. México, UAM Xochimilco, 2ª. Edición. 1998. pp. 399.

<sup>34</sup> Ibídem pp. 403.

en la mayoría de los hogares mexicanos, ya que según en el censo nacional de INEGI, en el 92% de los hogares mexicanos hay un aparato de televisión<sup>35</sup>; así es, estamos hablando de este medio de comunicación, que a través de la historia ha servido para informar y entretener a la sociedad.

Hay que señalar que los noticiarios en los canales de televisión es sumamente importante para mantener a la sociedad informada y crítica, ya que en cualquier canal de televisión no falta un noticiario durante el día. Además estos programas se pueden dividir en noticiarios o informativos; en el primero únicamente se informa y en el segundo se comenta la nota. Veamos a continuación como fue surgiendo la televisión y al mismo tiempo como la información o la noticia fue tomando importancia en ella.

En este mundo globalizado, la televisión es parte importante, ya que nos permite adentrarnos en diferentes partes del mundo, o a eventos mundiales como lo son las olimpiadas o los mundiales de fútbol, el cual hasta la comercialización se vuelve global. Anthony Giddens comenta en su libro “Un mundo desbocado” que vivimos en un mundo de transformaciones que afectan casi cualquier aspecto de lo que hacemos.

## **2.2 Los Noticiarios y su origen en México**

Hay que recordar que una de las características de la televisión es permitir al espectador situarse en el lugar de un acontecimiento, sintiéndose partícipe del mismo; para ejemplo podemos mencionar que en México la primera transmisión oficial y en vivo que se realizó fue el Cuarto Informe de Gobierno del presidente Miguel Alemán Velasco en 1950; otra de las primeras transmisiones fue en 1952 cuando en la inauguración del canal dos se realiza una transmisión desde el parque Delta, más tarde conocido como parque del seguro social, en un partido de béisbol.

---

<sup>35</sup> INEGI, Censo realizado 2010.

Vicente Leñero y Carlos Marín, en el libro “Manual de periodismo”, comentan y nos recuerdan que: *“La televisión tiene ventajas sobre los otros medios, en cuanto a la rapidez y oportunidad y les añade imágenes que permiten al espectador situarse en el lugar del acontecimiento, comprobar la veracidad de la narración y hasta cierto punto vivir el hecho”*<sup>36</sup>.

En México esto se logró gracias a los ingenieros Francisco Javier Stavoli y Guillermo González Camarena que tenían veinte años trabajando en su perfeccionamiento antes de la inauguración oficial. Hay que recordar que González Camarena en 1940 patenta con el número 40 235 sistemas de televisión tricromático basado en los colores verde, azul y rojo. Además diseña una cámara con tubo orticón. Y más tarde haría lo mismo en Estados Unidos (1942) con la patente 2 296 019<sup>37</sup>.

Como ya se mencionó la televisión en México aparece oficialmente en 1950, pero la historia se empezó desde 1928 con los ingenieros Francisco Javier Stavoli y Miguel Fonseca, ambos profesores de la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica. Stavoli también era encargado técnico de la emisora XEFO del Partido Nacional Revolucionario (PNR) instalada en 1930 e inaugurada el 1 de enero de 1931, en donde el primer rostro transmitido es de la señora Amelia Fonseca, esposa del ingeniero Stavoli.

González Camarena, fue uno de los alumnos destacados del ingeniero Stavoli, Camarena comienza en 1934 a realizar por su cuenta programas experimentales de televisión: para ello cuenta con la ayuda de las actrices Emma Telmo y Rita Rey.

Las expectativas de Guillermo González lo llevan en 1946. El 7 de septiembre, a las 14:30 horas se inaugura la estación experimental XHIGC, instalada y operada

---

<sup>36</sup> Leñero Vicente; Marín Carlos, MANUAL DE PERIODISMO. Grijalbo 1996. México DF. pp. 22.

<sup>37</sup> Sánchez de Armas Miguel Ángel, Apuntes para una historia de la Televisión mexicana. Coedición de la Revista Mexicana de Comunicación / Televisa. México, 1999, pp. 123.

por él mismo. Estas transmisiones las lleva a cabo los sábados y las hacían desde el domicilio de González Camarena, Havre 74, a los estudios de la XEW.

El año de 1948 es testigo del cómo se lleva a cabo el primer control remoto, con la dirección de Guillermo González, éste se realiza desde la “Exposición Objetiva Presidencial”, un evento organizado por el Gobierno de la República en el Palacio de Minería como complemento al segundo informe de gobierno del presidente Miguel Alemán.

Ya para 1949 se otorga la primera concesión para operar comercialmente un canal de televisión. Se trata de XHTV, canal 4 Con la razón social de Televisión de México, S.A., y que es propiedad de Rómulo O’Farril, dueño en esa época del diario Novedades de la Ciudad de México.

El 1 de septiembre de 1950, el canal 4 inicia transmisiones regulares con la difusión del IV Informe de Gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés, con ésta se inicia oficialmente la televisión en México, este canal tuvo sus estudios en los pisos 13 y 14 del edificio de la Lotería Nacional y su antena se ubicaba en la azotea de este inmueble.

A González Camarena le es otorgada una concesión para operar comercialmente el canal cinco al que le asignan las siglas XHGC cuyas últimas letras corresponden a las iniciales de sus apellidos; esto sucedió en 1950.

El 21 de marzo de 1951 canal 2 inicia transmisiones regulares, con las siglas de XEW TV, concesionado a la empresa Televimex S.A., propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta.

En 1955 se crea Telesistemas mexicanos, empresa formada con los canales 2, 4, 5 y es presidida por Emilio Azcárraga Vidaurreta. Esta empresa inicia la construcción de una repetidora del canal 2; esta fue la XEQ TV, lo que ahora es canal 9.

La casa que vio nacer la televisión no se podía quedar atrás, y es así como el 2 de marzo de 1959 de las 18:00 a 20:00 horas sale al aire el Canal 11 de televisión,

dependiente del Instituto Politécnico Nacional, esto se realizó gracias al apoyo del director de la institución, Alejo Peralta, fundador del grupo IUSA, y del secretario de Comunicaciones y Transportes, Walter Cross Buchanan.

Dieciocho años después de la primera transmisión Oficial, el licenciado Díaz Ordaz rinde su IV informe de Gobierno, pero con la peculiaridad de que ese día se inauguran dos nuevos canales que son el Canal 8 y el Canal 13. Sin embargo canal 13 se inicia oficialmente el 12 de octubre de ese año desde los estudios ubicados en la calle de Mina número 24, en la céntrica colonia Guerrero.

En los setentas la televisión estacionó su crecimiento, pero al inicio de la década de los ochenta, esto es el 15 de abril de 1982 aparece otro nuevo canal para sumarse a los cinco ya existentes. Éste es el canal 22 del Distrito Federal, el primero que transmite en la frecuencia UHF, bajo la administración del Organismo estatal Televisión de la República Mexicana (TRM).

Tres años más tarde, el 29 de abril de 1985, el Gobierno de la República Mexicana da a conocer que el Instituto Mexicano de Televisión cambiaría por el nombre de IMEVISION, esto se hizo con el fin de tener una identificación institucional y comercial, además del cambio de nombre se anuncia la apertura de un nuevo canal que viene a ser Canal siete y cuyas siglas son XHIMT, esto sucede el 18 de mayo de 1985. Ocho años después, el 18 de julio de 1993, se anuncia la venta de IMEVISION y estos dos canales, el 7 y el 13 son concesionados al empresario regiomontano Ricardo Salinas Pliego, en una polémica transacción.

Pero cuando parecía que no habría más concesiones televisivas, aparece Canal 40 para iniciar sus transmisiones el 19 de junio de 1995 en una nueva opción de banda de frecuencias ultra elevadas (UHF). La concesión para operar este canal es obtenida el 23 de septiembre de 1991 por la empresa Televisión del Valle de México S.A. (Tevescom) propiedad del empresario Javier Moreno Valle. En diciembre del 2003 fue tomada por Televisión Azteca, argumentando un fallo a favor de la Corte Internacional de París, (en donde se litigan asuntos comerciales), ya que Canal Cuarenta tenía un préstamo con la televisora del

Ajusco, y ésta argumentó incumplimiento de contrato por parte de Moreno Valle y el 27 de diciembre del 2002 TV Azteca toma las instalaciones de CNI, para transmitir su programación.

### **2.3 El inicio de los noticiarios**

En nuestro continente las transmisiones noticiosas empezaron a principios de los cuarenta, en Estados Unidos. En 1941 la red CBS tenía cinco meses de estar experimentando con una nueva estación, la WCBW, para encontrar la mejor manera de transmitir noticias de una forma apropiada al medio, sin lograrlo del todo. Pero esto se consiguió de una manera eficiente el 7 de diciembre de ese año cuando la Casa Blanca anunció el bombardeo de Pearl Harbor por la aviación japonesa.

Ese día tres periodistas: Richard Hubbell, Gilbert Seldes y Robert Skedgell transmitieron, durante nueve horas ininterrumpidas. Este hecho lo convirtió en el primer reportaje noticioso por televisión en el mundo, hay que recordar que en esta transmisión se valieron de lo más mínimo en técnicas y elementos, sin embargo a través de los años no han variado mucho la manera de hacer reportajes: notas llegadas a su improvisada redacción por teletipo, análisis contextualizados de las mismas y unos cuantos mapas, fotografías, flechas y diagramas simbólicos como ayudas visuales.

El concepto de noticias por televisión está asociado a la RED CBS (*Columbia Broadcasting System*), y el pionero de periodismo televisivo fue Edward R. Murrow, reportero famoso por sus transmisiones radiofónicas en vivo, y quien se trasladó con todo su bagaje al nuevo medio con un programa *See it now* (Véalo ahora). Este programa se caracterizó por la investigación profunda de los problemas sociales de su entorno con reportajes que en su momento dejaron huella en el ánimo de los telespectadores. El productor del programa, Fred Friendly, por su parte, es conocido como el hombre que construyó todo el

andamiaje de las operaciones para la transmisión de noticias en la CBS, y durante muchos años fue considerado el líder del periodismo por Televisión.

La televisión es el medio más completo para la transmisión de hechos noticiosos. Su inmediatez es obvia, puede manejarse a enormes velocidades, utilizar video y audio desde cualquier parte del mundo para llevarlo hasta el interior de los hogares.

En el caso de México, recordemos que la primera transmisión que se realizó oficialmente fue el informe de Gobierno del Presidente Miguel Alemán, un hecho noticioso generalizado.

En México los programas ya conocidos como **noticiarios** por televisión existen desde principios de la década de los cincuenta. Al inicio de esta década se transmite por Canal Cuatro; *“Noticias al día”* que duró de Septiembre de 1950 a agosto de 1953 y era conducido por Gonzalo Castellot. El noticiario reapareció otra vez, en octubre de 1956 y terminó en agosto de 1962.

Desde sus inicios hasta el momento han pasado por Televisa noticieros como: “El Noticiero Celanese Mexicana” conducido por Paco Malgesto en 1952. Su diario Nescafé, en donde inicia Jacobo Zabłudovsky en noviembre de 1965. Zabłudovsky, quien más tarde conducirá el famoso y polémico noticiario llamado 24 Horas, considerado en varios sexenios como un noticiario oficialista. El noticiario duró de 1970 a 1998.

En 1988 Jacobo Zabłudovsky inicia el sistema de noticias llamado **ECO**, que transmite durante las 24 horas del día noticias en bloques de media hora.

Ricardo Rocha es otro personaje importante en la historia de los noticiarios televisivos, debido que con su noticiario **Detrás de la Noticia** (DDN), ganó la credibilidad de la opinión pública y el repudio del gobernador de Guerrero por presentar imágenes inéditas sobre la matanza de Aguas Blancas ocurrido el 28 de junio de 1995. En este video se hace notar que los policías realizaron la matanza y sembraron machetes a los muertos, y la versión oficial era que los

policías sólo se defendieron de los “agresivos” campesinos. Como consecuencia de la indignación social, el gobernador del estado Rubén Figueroa Alcocer tuvo que presentar su renuncia.

Rocha sale de Televisa en 1998 para más tarde formar su propia agencia de noticias llamada **Detrás De la Noticia**.

Además de los ya mencionados conductores de televisión, también han pasado por Televisa conductores como Pedro Ferriz Santacruz, Jorge Saldaña, Guillermo Ochoa, Lourdes Guerrero, Guillermo Ortega Ruiz, Juan Ruiz Healy, José Cárdenas y el ex senador priísta Eduardo Andrade. Actualmente en Televisa se encuentran personajes como Lolita Ayala, Adela Micha, Joaquín López Dóriga, Amador Narcia, Carlos Loret de Mola, Alejandro Cacho, Denisse Merker, entre otros.

Televisa no ha sido la única que ha tenido “grandes” y conocidos comunicadores. El mismo Joaquín López Dóriga participó en un noticiario llamado **Siete Días** en el Canal Trece, ahora de Televisión Azteca, Pedro Ferriz de Con trabajó en “**Al cierre**”, Javier Solórzano y Carmen Aristegui también comenzaron en un noticiario matutino llamado “**Desde México, Buenos Días**”.

Actualmente en Televisión Azteca destacan comunicadores como Javier Alatorre en **Hechos**, Jorge Zarza en **Hechos AM**, Gloria Pérez Jacome y Alejandro Villalvazo en hechos Meridiano.

El Canal Cuarenta no se quedaba atrás, pues tuvieron personas destacadas en el periodismo como Ciro Gómez Leyva, Denise Marker y Pilar Álvarez, todos ellos participaban en el noticiario llamado **CNI Noticias**.

La necesidad de información que tiene el hombre a cerca de lo que sucede en su entorno, de lo que pasa a otras personas con las cuales se comunica, es lo que da la explicación a una larga lista con nombres, personas canales y horarios de los noticiarios.

La información, a pesar del tratamiento que se le dé, no es una simple mercancía, sino un derecho y un bien social, marcado en la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo séptimo.<sup>38</sup> La información debe responder a la necesidad que tiene el hombre de saber lo que pasa en su entorno, toda vez que repercute en su vida personal y colectiva. Su función es eminentemente social.

El proceso educativo en México y la formación cultural de la sociedad ha sido, en buena medida, gracias a la labor de los medios de comunicación. De hecho, en pleno siglo XXI, somos testigos, activos partícipes y protagonistas de la llamada Sociedad de la información.

#### **2.4 Antecedentes del Humor político en televisión**

En México y en el mundo la noticia y la política van de la mano, ya que muchas de las notas tienen que ver con lo que hacen y dejan de hacer los personajes públicos y/o políticos (presidentes, gobernadores, diputados, dirigentes sindicales, artistas etc.). Lo que hagan y dejen de hacer se refleja en la sociedad, como por ejemplo la inseguridad puede ser culpa de un dirigente, al no tener un buen cuerpo policiaco, los actos de corrupción que se den en oficinas de gobierno, la declaración de una guerra que haga un presidente, o los diputados que no se ponen de acuerdo para aprobar leyes, etcétera.

Los noticieros han creado una forma “chusca” de presentar este tipo de noticias buscando de no crear conflictos, y esto lo hacen tratando de “editorializar” algunas noticias. El pionero de este tipo de esquemas fue Chucho Salinas en el noticiario **Domingos Herdez** cuando a principio de los setenta creó el personaje **Juan Derecho**, que era una especie de Superhéroe con poderes sobrenaturales que luchaba contra la corrupción y la injusticia. El personaje parodiaba a Superman –lucía en el pecho un emblema parecido al empleado por el personaje

---

<sup>38</sup> Artículo Séptimo: “Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna autoridad puede establecer previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, no coartar la libertad de imprenta.

estadounidense, pero con las letras JD; también hacía referencia al personaje del Zorro, ya que vestía traje negro, sombrero de charro y estaba armado con un látigo, su famoso *chicotito*.

Juan Derecho aparecía de manera repentina donde se estaba llevando algún acto de corrupción, injusticia, abuso de poder o cualquier otro vicio arraigado en la sociedad mexicana, y castigaba a políticos, funcionario, servidores públicos, comerciantes o cualquier persona que abusara del poder para perjudicar a los ciudadanos. El chicotito de Juan Derecho era el arma justiciera con el que castigaba a los que él encontraba de manera in fraganti en algún ilícito. El chicote de Juan Derecho era temido por los funcionarios, además a los que él llegaba a castigar se convertían en personas ejemplares para la sociedad.

Con este personaje Chucho Salinas exhibía con sentido del humor una postura autoritaria y regañona, para que las personas tomaran conciencia de los problemas del país.

Salinas también fue el primero en utilizar la entrevista y el tema político desde la perspectiva del humor; esto lo hizo junto con Héctor Lechuga en el programa **Domingos Herdez** y luego a finales de los sesenta **Cotorreando la noticia**, programa que inició en Telesistemas mexicanos y que en agosto de 1980 pasa a canal 13.

En este tipo de programas, Chucho Salinas se presentaba como un periodista serio que dialogaba con algún invitado de nombre Juan Polainas, éste era caracterizado por Héctor Lechuga, que la podía hacer desde político, intelectual, funcionario gubernamental o una persona del pueblo. Conforme transcurría la entrevista, el invitado iba subiendo el tono político hasta que empezaba a cometer indiscreciones, y cuando el entrevistado, personificado por Héctor Lechuga, empezaba hablar de más o manejar nombres, Juan Polainas, Chucho Salinas, atajaba, “no me diga nombres”; y cuando el entrevistado desobedecía la advertencia y pretendía seguir hablando sin límite, Polainas le quitaba el micrófono y daba por terminada la entrevista. En estos programas el guionista era Marco

Antonio Flota. El programa de **Cotorreando la Noticia** duró hasta 1982 cuando fue censurado en el sexenio de Miguel de la Madrid (1982-1988) por el secretario de gobernación Manuel Bartlett Díaz. Con la llegada de Salinas en 1994 reaparecen en Canal 13 el programa de humor político llamado **Barriendo la Noticia**, en el que Chucho Salinas decide no participar, y por lo tanto es conducido por Héctor Lechuga, siguiendo como guionista Marco Antonio Flota. Éste programa duró hasta 1996, y reaparece en 1998, después salió hasta 2006 en cápsulas de cinco minutos después del noticiario nocturno de Hechos del Siete. Aunque es bien cierto que en estos programas siempre hubo un código no escrito de autocensura compartida con las empresas televisoras y el gobierno.

Tomando un poco esta línea de crítica a las actitudes nocivas de los mexicanos, en los ochenta y noventa salieron más programas como **¿Qué nos pasa?**, **¿Verdad o ficción?**, transmitido por Imevisión y **La cosa**, todos de Héctor Suárez. Cabe mencionar que Suárez se inició como actor de televisión en dos programas encabezados por Chucho Salinas a principios de los años sesenta: **Chucherías** y **Domingos Herdez**.

En este género no se puede olvidar **Tacho** quien nos hacía sonreír con sus rimas sobre un asunto noticioso del día, en el Noticiario de **24 Horas**.

En épocas más recientes, algunos noticieros retoman el humor para editorializar, como es el caso de los **Peluches** en **Hechos** de la noche. Estos personajes de peluche tuvieron mucho éxito, pues en las elecciones del 2007 para el primer Jefe de Gobierno de la Ciudad de México fue muy conocido el “**Cuatemochas**”, haciendo referencia a Cuauhtémoc Cárdenas, que aunque hacía mofa de Cárdenas este sobrenombre fue tan familiar que cuando ganó en las elecciones locales muchas personas expresaban: “**Ganó el Cuatemochas**”. Los **Peluches** personificaron a varios personajes de la política como “**Chente Fax**” (Vicente Fox), “**El Jefe Ciego**” (Diego Fernández de Cevallos), el “**Subcomediante Charcos**” (Subcomandante Marcos), entre otros.

En **Hechos del Siete**, se creó una sección chusca llamada “**Hechos de peluche**” en donde salían sketch de 3 a 5 minutos, transmitiéndose también en el noticiario de **Hechos AM, Hechos de la tarde y Hechos de la noche**.

Televisa retomó el humor político o noticioso con la su sección “**Las mangas del Chaleco**”, en donde retoman imágenes o palabras de alguna caricatura o película o programa de televisión, y las mezclan con las imágenes reales para “ridiculizar” a algún personaje. Esta sección sigue vigente y se transmite sólo los viernes en **El noticiario con Joaquín López Dóriga**. Otra sección que empezó en CNI Canal Cuarenta con Ciro Gómez Leyva fue la **Grillópera**, que salió del aire en 2002 para pasarse al Noticiario de López Dóriga los lunes, pero sólo duró sólo un mes. Su característica principal era hacer un video clip sobre algún hecho noticioso de relevancia, en su mayoría un hecho político. La canción era adaptada a ópera de manera chusca. La sección fue producida por Carlos Pascual quien ganó el premio nacional de periodismo en 2001. Canal Cuarenta también utilizó este tipo de género en su noticiario con la sección “**El hit pareid**”.

Así es como en México se ha tomado el humor como algo importante para vender en sus noticieros al espectador. Para entender este fenómeno, Lorenzo Gomiz nos explica que “la interpretación de la realidad como un conglomerado de noticias responde a una expectativa pública y a necesidades técnicas, la realidad social verdadera, en directo, se diluye a lo largo del día y la noche, y parece lenta difusión aburrida”.<sup>39</sup>

Para contra restar la seriedad y monotonía y no ser nada más una sección de los noticieros aparece **El Mañanero**, informativo que comenzó su transmisión simultánea por radio y televisión el 24 de julio, del 2000, aunque ya tenía un antecedente por radio, pues comenzó en 1995 por Radio Acir. El gusto de estar en los dos medios, radio y televisión, no duró mucho, ya que al hacerse pública la noticia que Radio Acir se podría aliar con Televisa, Brozo decidió dejar a Radio Acir en Octubre del 2000, al comentar que él no estaba de acuerdo trabajar en Televisa. Pero Brozo se convirtió en referencia de muchas personas con su

---

<sup>39</sup> TEORIA DEL PERIODISMO Lorenzo Gomis, Edit. Paidós. 1990. pp4

informativo. En los siguientes capítulos nos daremos cuenta el porqué ha tenido tanta notoriedad un personaje que se disfraza de payaso.

## 2.5 El nacimiento de Brozo

### *El inicio del personaje.*

Es el año de 1988, año de las Olimpiadas llevadas a cabo en Seúl, Corea. En México es un año que todo el mundo recordará por las elecciones del 6 de julio, donde Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano pierde las elecciones a la presidencia; elecciones polémicas por ser consideradas fraudulentas. Año en el que toma protesta Carlos Salinas de Gortari como presidente de México, en donde empezaba un sexenio que terminaría desastroso para México: en enero de 1994 aparece el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) declarando una guerra al gobierno mexicano; el 23 de marzo asesinan a Luis Donaldo Colosio, candidato a la presidencia de la República por el Partido Revolucionario Institucional (PRI); año también en donde en septiembre asesinan al secretario general del PRI, José Francisco Ruíz Massieu.

Hubo un periodo en donde no se aceptaban chistes políticos de ninguna especie, Chucho Salinas y Héctor Lechuga sacan del aire su programa de **Cotorreando la noticia**. Escribe Carlos Monsiváis que en este tiempo “la televisión entretiene, no fastidia con temas de corrupción, de represión, de manejos electorales turbios”<sup>40</sup>.

En 1988 aparece en el canal 13, aun IMEVISIÓN, un programa llamado **La Caravana**. La producción estaba a cargo de Alejandro Gamboa, pero los principales creadores de esta transmisión eran **Víctor Trujillo** y **Ausencio Cruz**. Era un programa cómico basado en sketch, en donde los dos conductores caracterizaban diversos personajes; de esta propuesta televisiva sobresalen diversos personajes de Víctor Trujillo, como la **Beba Galván**, **Estetoscopio Medina Chaires** y **Johny Latino**; y de Ausencio Cruz el famoso siempre perdedor

---

<sup>40</sup> Revista cambio año 1 no. 31. del 13 al 19 de enero 2002 pp.18.

**Margarito**, que en su programa de concursos de “Llévelo al baile” se hizo famosa la frase “*Lástima Margarito*”. Pero entre todos esos personajes aparece uno muy especial, que se dio a conocer a mediados de los ochenta, salido de un cabaret, de los bares, del Bar Mink, el cual casi siempre se encontraba en la calle contando cuentos que él mismo deformaba.

Estamos hablando de Brozo el payaso tenebroso, quien en su estado alcohólico nos platicaba del *Soldadito del Pomo*, *Peter Pans*, la *Cenicienta y sus siete amantes*, entre otros.

Brozo nace como una necesidad de Víctor Trujillo, de encontrar un personaje que fuera patético de contenido, engañoso de forma, que fuera como el cascajo de lo que puede ser la idea de un payaso, a un producto de desecho de fin de siglo, donde ya no caben niñerías ni ñoñerías sino una realidad atropellada y que finalmente hace la función de payaso pues nada más en la supervivencia y de mala gana, tratando de acercar lo más apabullante o lo más denso de nuestros vicios y carencias sociales al escenario que quisieras.

Sobre su personaje Víctor Trujillo comenta: “fue una circunstancia muy afortunada, primero porque era la televisión del estado, lo que era IMEVISIÓN y donde los ratings y las ventas no era lo importante, entonces se podía experimentar bastante, y justamente estábamos en la **Caravana**, cuando metí este personaje, lo trasladé del cabaret a la tele y claro a todo el mundo dentro de la institución le sonó la alarma porque era un riesgo por lo que hablaba, lo que decía, por los albures, por el lenguaje soez y finalmente lo soportaron, pero además lo soportaron los ejecutivos en esa época porque el personaje les gustó a sus hijos; entonces empecé a darme cuenta que el rumbo del personaje no estaba tan difuso. Si no que la niñez ya nos había alcanzado, que era otra niñez muy distinta a la que nosotros habíamos tenido y estaba mucho más despierta y mucho más hambrienta de ese tipo de expresión, de ese tipo de personajes que a los padres les avergonzaba”. Y el personaje logró subsistir y quedarse<sup>41</sup>.

---

<sup>41</sup> Entrevista realizada a Brozo el 2 de abril de 2003.

Sus cuentos han sido deformados de lo que él ha vivido, pues toda su vida ha sido en la calle. Antes de empezar un cuento siempre preguntaba “¿*Quieren qué les cuente un cuento?... les voy a contar la neta, la verdadera historia de...*” pero además de esto, sus cuentos siempre terminaban con moraleja. Entre los cuentos que ha narrado destacan: *Romeo y su Prieta, El soldadito del pomo, La cenicienta, Peter Pans*, entre otros: con éstos se ha logrado hacer famoso, primero en Cabaret en el año de 1987 y después en el programa de comedia por televisión **La Caravana**, además participó en **El diario de la noche**; en la radio ha destacado con **El Botanero** y después en **El Mañanero**. En medios impresos entregó cuatro colaboraciones a la semana en el periódico **El Metro**, escribió una columna llamada **Chilam Balam**. Además también escribió en la revista **Deporte Total** en la sección llamada **Bolita por favor**.

Y aunque terminó con su **Mañanero** el 2 de julio de 2004, continuó presente un una pequeña sección en el noticiario radiofónico de Carlos Loret de Mola en su sección llamada **A Brozo Modo**.

Brozo viajó por el mundo, primero con el equipo de José Ramón Fernández, (Exdirector de deportes de Televisión Azteca). En una narración ficticia, Brozo comenta que un día conoció a Fernández en una borrachera, y a éste le cayó bien, es por eso que se lo ha llevado a diferentes eventos deportivos. El payaso dice al respecto que Brozo hace lo que “Joserra” nunca haría”. Gracias a esto se alistó en la sección cómica del programa **Los Protagonistas** en los mundiales de Italia 90, Estados Unidos 94, Francia 98, y con el mismo programa también recorrió las Olimpiadas de Barcelona 92, Atlanta 94 y Sydney 2000.

El vitae de Brozo puede ser muy amplio ya que aparte de transmitir durante cinco años en radio Acir, ha trabajado en Televisión Azteca, CNI Canal 40, y ahora en Televisa, estas son las tres televisoras comerciales más importantes del país, pero la entrada a ésta última ha sido la más polémica ya que en los inicios de Brozo siempre criticó el cómo se manejaba la empresa Televisa. Al respecto, Brozo comenta “*Ahora, si tomo la decisión de trabajar en Televisa será por algo*”

*más, porque no se trata nada más de decir cuánto me vas a pagar y yo me encuero.*<sup>42</sup>

Menciona que el aspecto económico *"sí tiene mucho que ver, pero hasta ahora no ha sido nuestra prioridad ver quién nos paga más. Aquí la cuestión será dónde puedo desarrollar mejor mi proyecto y de paso vivir sin zozobra, no con riqueza, sólo sin zozobra"*<sup>43</sup>.

Al comentar Brozo, el vivir sin miedo, nos puede remontar a los tiempos de la carpa, lugares que nacieron en 1922 para esparcimiento de la gente y en las cuales fueron adoptando el chiste político, un personaje sobresaliente de estos lugares fue **Don Jesús Martínez "Palillo"** quien fue nueve veces a la cárcel debido a sus sátiras políticas. Aunque no fue el único, hay varios personajes de carpas que también muchas veces tuvieron que pagar multas debido a sus chistes hacia los políticos, estos fueron: Manuel Medel, Delia Magaña, "Las Kúkaras", el mismo Clavillazo, Roberto "panzón Soto", y en un tono más suave "La Vitola", porque según las autoridades de entonces, con su doble sentido o con todas sus palabras, se referían con escarnio a un funcionario equis o al gobierno en general. Muchos de los personajes mencionados tenían que salir del escenario directamente a la delegación, a la cárcel.<sup>44</sup>

## **2.6 Algunos tropiezos de Brozo.**

Brozo a pesar de toda su experiencia en televisión ha llegado hacer comentarios muy desatinados, y en los cuales pudo haber perdido credibilidad en el paso a Televisa, ya que desde su salida de Canal Cuarenta se le interrogó si iba ir con Televisa Deportes al mundial de Corea-Japón y él comentó que no porque el Programas **Los Protagonistas** había sido parte de su vida y no iba a competir con su vida, y que por respeto a él no lo iba hacer. *"Yo hice diez años de historia con*

---

<sup>42</sup> *Ibíd.*

<sup>43</sup> *Ibíd.*

<sup>44</sup> Periódico "ESTO" 25 de mayo de 1997. pp.3 Suplemento dominical.

*‘Los protagonistas’ con José Ramón Fernández y hay cosas que no hay que tocar por cariño”, Además también comentó que esa etapa ya había pasado, había quedado atrás. También comentó que habló con la gente de Televisa, "Entonces yo ya hablé y dije antes que nada que el resumen de la noche no pienso hacerlo, que si hay ocasión de hacer **El Mañanero** un mes en Corea estaría bastante divertido, y así está entendido y así está dicho<sup>45</sup>".*

A pesar de ello, y para sorpresa de todos, el viernes 31 de mayo del 2002 Brozo anuncia en **El Mañanero** su participación en Televisa Deportes para transmitir desde el Corea Japón. Y pues como está totalmente ligado con Víctor, este también se iría con varios personajes más.

Otro de los desatinos fue cuando salió de Radio ACIR en el 2000, porque se especuló una posible fusión de Televisa Radio (Radiópolis) y el grupo ACIR, y él siempre había hablado mal de esta empresa. Un anécdota de lo que llegó hacer Televisa contra Televisión Azteca, y en especial con Brozo, es en el mundial de 1994 en Estados Unidos. Televisa lo mandó sacar de un estadio, y comenta: “Televisa le pide a seguridad que me bote, fíjate nada más qué mala madre, cómo es la vida, me mandan unos guaruras del estadio, que me agarran del brazo y vas pa’ fuera, *‘no me pueden sacar, tengo gafete cabrón, tengo chaleco no me puedes sacar’* y éstos insistían pero se dan cuenta unos camarógrafos de Japón y otros de Alemania, que ya ves que entre toda la perrada son muy solidarios, ven que me están jalando y voltean las cámaras hacia mí, entonces los de seguridad me sueltan y les digo a ver cabrones, a ver.” Así es del como Brozo, a pesar de todo lo que habló de esta empresa, se relacionó con esta empresa.<sup>46</sup>

## 2.7 De Brozo a Víctor

A Brozo lo podemos ver como un personaje desastroso, misógino y que no le importa nada en la vida. Sin embargo su creador, Víctor Trujillo, representa todo lo

---

<sup>45</sup> Entrevista realizada a Brozo el 2 de abril de 2003

<sup>46</sup> *Ibídem.*

contrario a Brozo. Es un bohemio y apasionado por su trabajo y capaz de terminar su mejor etapa de trabajo por ofrecer un homenaje a su esposa.

Víctor es como cualquier persona, es admirador del ritmo y la elegancia de hablar de Fernando Soler, del *timing* de Joaquín Pardavé, de los rompimientos de personajes que hacía **Tin Tan**. Se fija en esas cosas, en las réplicas de los actores. Menciona que se estaciona en los diálogos de estos personajes, le parecen maravillosos.

Trujillo también se dice admirador de la radio y recuerda “con la radio me fascinaba dormir escuchando las repeticiones de **W** porque me tocó un aniversario de la estación donde por un año repitieron todos los programas de **Apague la Luz**, **El Cochinito**, **El risómetro** y el **Teleteatro del aire**, todo eso me pasaba escuchando.” Todo esto influyó en él para que le entrara la inquietud del arte histriónico<sup>47</sup>.

Víctor Trujillo nació en la Ciudad de México en el sanatorio Durango el 30 de Julio de 1961. Vivió en la colonia Portales. Sus primeros estudios fueron en el colegio Alemán. Estudió únicamente hasta la preparatoria y después Teatro.

Cuando apenas tenía 15 años, Trujillo comenta que se salía de la escuela para ir a Televisa Chapultepec a ver **El Club del Hogar**, “lo hacía tan seguido que a los quince años, cuando quería sacar mi licencia de locutor, necesitaba dos recomendaciones de profesionales en activo y quienes me dieron las cartas son Don Daniel Pérez Arcaraz y Don Francisco Fuentes “Madaleno”, porque eran las únicas personas del medio con quien yo tenía contacto porque estaba ahí diario.

Entonces me acerqué con Don Daniel y le dije que en la locación de Audiovisual me requerían dos cartas y él me dijo “vente mañana y yo le digo a Pancho para que te ayude”.

Es así como consigue su licencia de locutor, Víctor Trujillo hizo sus pininos en la radio, en la B (XEB) donde conoció a gente de Radio Educación, que todavía

---

<sup>47</sup> Entrevista tomada de la pagina de internet en 2004 de la página de El universal.  
[http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id\\_notas=225698&tabla=report](http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_notas=225698&tabla=report)

hacia radionovelas, ahí supo de actores que hacían cuestiones dramatizadas en la **Hora Nacional**, y entonces lo invitaron para trabajar con ellos, pues funcionó cabalmente en este tipo de trabajos; de ahí empezó a hacer teatro. Hay que señalar que también hizo doblaje durante 9 años; en este último dobló la serie de **Shogún**, donde hizo la voz de Richard Chamberlane; en caricatura caracterizó en voz al personaje de Leon-O, de la caricatura de **Los Thundercats**, (el que lanzaba el grito de Thunder, Thunder, Thundercats... ohhhh). Dirige la serie de **El auto Increíble**, de la cual hizo los títulos, también **Mágnam**. Recientemente participó junto con Andrés Bustamante en **Monster Inc.** de Walt Disney con el personaje del monstruo Sulley. A Trujillo, le gustó desde niño el teatro, comenta: "Ir al teatro para mí era un deleite, ver como se interpretaba una vida arriba, era una cuestión que de chavo decía: cómo es posible eso. Luego me fui metiendo a las Peñas a estar cerca de Chava Flores, de Chaf y Kelly y no tanto ver la función, sino estar en la función, estar atrás viendo como se preparaban, como daban instrucciones a su gente"<sup>48</sup>.

Víctor Trujillo después de pasar por radio y doblaje también incursionó en teatro y cabaret. Comenta que siempre tuvo facilidad de disfrazarse e imaginarse muchos mundos, muchas voces y miradas. Es por eso que se le da la facilidad de hacer personajes como **Estetoscopio Medina Chaires**, **La Beba Galván**, **Brozo**, **Johny Latino** y **El Charro Amarillo** entre otros.

Trujillo inició en televisión en el año de 1988 en el canal 13, antes Imevisión, con el programa de **Tienda y Trastienda**, junto con Ausencio Cruz. Era una pareja ideal y se acoplaban pese a la diferencia de humores, Ausencio tocaba los puntos analíticos, aportaba la medida al disparatado chiste de Víctor que daba más de un remate a la gracejada.

Era el tiempo en el que Cruz, como dueño de la tienda lidiaba con un "ayudante" de gorrito blanco y mandil de las Chivas del Guadalajara. La tarde era más ligera antes de que iniciaran los programas de divulgación científica y de RTC.

---

<sup>48</sup> Ibídem

En **Tienda y Trastienda** lo conseguían e igual hablaban de medicina deportiva con Pepe Espinoza, que se metían en la química doméstica para fabricar conservas. En su tiempo Imevisión era menos plástica que Televisa.

Víctor es de las pocas personas que puede presumir de haber trabajado en cuatro televisoras distintas, pues de 1994 a 1998 participó en la privatizada TV Azteca preferentemente con su programa **El diario de la noche**; de noviembre de 1999 a diciembre del 2001 trabajó para CNI Canal 40 con los programas **Las nueve y sereno** y **El Mañanero** y desde enero del 2002 ofrece su informativo chacotero **El Mañanero** desde Televisa.

Desde 1984 se casó con Carolina Padilla, quien fue su productora hasta 15 de julio de 2003 cuando en pleno programa le dio un derrame cerebral. Tiene dos hijas Carolina y Paulina de 12 y 15 años respectivamente.

Este personaje es un apasionado por los deportes le encanta jugar Golf los fines de semana. Amante de la música, sus discos favoritos son de Michael Buble (canadiense); Schubert para dos (Guitarra y Violín) y Dave Young (Contrabajista). Entre sus programas de televisión favoritos destacan Primer plano, El noticiario Nueva Visión y El Rival más débil.

Sobre sus personajes que tiene comenta que ellos salieron como un juego, como si fuera un niño que hoy quiere ser apache, ahora quiero ser vaquero, ahora quiero ser aquello, y así empieza.

Otro de los personajes que le ha realizado y le gusta mucho es el de la **Beba Galván**, además que es ella quien empieza con las entrevistas de personajes en el programa de radio **Humorcito Corazón**. Aunque desde **La Caravana** tenía su sección llamada, "**las cositas de la Beba**", donde daba consejos a las mujeres, del cómo tratar a los hombres, claro todo era en broma. Otro personaje, el cual no se hizo famoso, fue el de Jhony Latino, quien era un presentador de un programa de concursos, en donde el invitado del público siempre era **Margarito**, y después de ponerle dos pruebas fáciles, la última siempre era un imposible, y Margarito nunca ganaba, al perder ésta última prueba Jhony Latino siempre decía:

“Laaastima Margaritoooo”. Una frase que todavía muchas personas suelen decir a alguien cuando pierde. Otro personaje muy recordado es el Charro Amarillo, quien componía corridos con palabras de doble sentido.

Como dato curioso comenta que un grupo de padres de familia y de la Liga de la Decencia en desacuerdo con los personajes de Víctor, acudieron a la PGR a denunciar penalmente a **Brozo** y la **Beba Galván**, pero la demanda nunca procedió por tratarse de personajes ficticios.

Víctor Trujillo ha logrado lo que todo humano desearía, hacer lo que más le guste sin ningún problema, y es así como entendemos su carrera polifacética, y siguiendo un poco el juego de **Brozo** con la deformación de cuentos, filmó la película “**La Verdadera Historia de Barman y Droguin**”, haciendo referencia a Batman y Robin, dirigida por Valentín Trujillo en 1991. En 1990 grabó un disco que se llamó **Vengan por lo suyo** y narra sus aventuras por la ciudad de México. En 1998, participó en los 30 años del grupo de Rock and Roll **El Tri** junto con su amigo Alejandro Lora, líder del grupo en su disco **Cuando tú no estás**, en esta participación hace la introducción a la canción de **El muchacho chico**. En 1997 formó un ficticio partido político llamado **EI PRAU** que terminó dando un discurso en un auditorio de la UNAM; el 7 de enero del 2001 **Brozo** se convirtió en conferencista para los embajadores y cónsules de México en el extranjero, invitado por Jorge G. Castañeda. En ese tiempo secretario de Relaciones Exteriores.

## 2.8 Sus detractores, competidores y amigos

En el medio de la información hay muchos conductores de noticiarios que veían al **Mañanero** como un programa de entretenimiento, y lo negaban como una competencia informativa, un ejemplo es la percepción de Pedro Ferriz de Con, del noticiario Imagen que se transmite por radio e internet, el cual comenta: “Lo aprecio (a Brozo), más no lo veo como un colega porque creo que el nivel de la

información debe ser otro. **El Mañanero** capta muchas de las inquietudes de la gente de un nivel medio, medio bajo, quiere ver reflejadas”. Para otros comunicadores como José Cárdenas, tampoco lo considera un competidor, aunque sí lo llama un indiscutible líder de opinión, “Me gusta porque expresa la manera de hablar y de pensar de la mayoría de la gente, que muchas veces por temor, no se permite esa libertad”, para aclarar si **El Mañanero** viene a ser una competencia Brozo menciona que el programa es un informativo, no un noticiario, al que tampoco considera un desafío al periodismo y a los periodistas mexicanos. Es, eso sí un cuestionamiento a las formas”<sup>49</sup>.

Brozo se ha ganado su espacio en la televisión gracias a su forma de ser y a la interpretación que hace de las noticias, Víctor Trujillo ha conectado dos difíciles áreas: la de lo divertido y las noticias.

Javier Solórzano conductor del noticiario de la mañana en radio ABC mencionó en un artículo de la revista **Etcétera**, que el éxito de Brozo es porque entiende el país donde vive, entonces se le preguntó a Víctor Trujillo si es difícil entender este país a lo que responde: “yo creo que en el caso de nosotros, que nos dedicamos a la información, creo que debe ser una norma, porque finalmente tienes que hablar de lo entrañable y de lo que conoces, en la óptica de Brozo da a entender esto que dice Javier, o sea, Brozo juega con un material que reconoce, que es parte de él, de su piel, de su desencanto y de su enojo y de su cólera y de su desamor y de su propia risa, porque si Brozo no tuviera su risa o su carcajada sería un personaje que se aventaría a las vías del metro”<sup>50</sup>.

Otro comentario del conductor Javier Solórzano, lo sitúa en lo que al presidente le dio por llamar alguna vez el “Círculo Rojo”; es decir, en el de los intelectuales de izquierda. Trujillo responde: “Brozo, desde luego no puede tener esas pretensiones, porque claro, es muy halagador que Javier lo diga o que Carmen Aristegui nombren a Brozo como lo más púrpura del Círculo Rojo, por ejemplo,

---

<sup>49</sup> Revista cambio año 1 no. 31. del 13 al 19 de enero 2002.

<sup>50</sup> Texto tomado de [www.etcetera.com.mx/pag30ne11.asp](http://www.etcetera.com.mx/pag30ne11.asp) en septiembre de 2002

ellos desde hace muchos años saben lo que sale en la pantalla y conocen todos los adentros de este proceso de trabajo.

“Pero lo que sí es verdad, es que Brozo siempre ha sido un payaso incómodo para el sistema; no puede ser de otra manera, de hecho el humor no se puede entender de otra manera, que señala, que muestra o que revela. Entonces el humor más clásico es ése, el que es ácido, el que critica. A lo mejor sí podríamos poner a Brozo no como miembro honorario, a lo mejor paga renta en el Circulo Rojo”.

Víctor Trujillo dice que Brozo puede convivir con todo mundo, con panistas, con priístas con perredistas. Tiene grandes afectos en la intelectualidad, como lo fue con Carlos Monsiváis, Elena Poniatowska, el músico Enrique Dimecke, y en la parte periodística con Javier Solórzano, Carmen Aristegui, Joaquín López Dóriga, Javier Alatorre, Pepe Cárdenas, entrañablemente con Ciro Gómez Leyva, Denisse Merker, Guillermo Ortega, Guillermo Ochoa, Carlos Loret de Mola con quien participó en radio con una sección llamada **A Brozo Modo**. “Afortunadamente todas estas mentes, algunas brillantes, algunas notables, algunas amables, tiene acceso a todo”.

Brozo ha sido un personaje que ha destacado mucho en el ámbito nacional, ha sido referente para entender los temas desde una perspectiva más cercana. Fue objeto de varias publicaciones en todo tipo de revistas, tanto políticas como del medio del espectáculo, logró tener las portadas de éstas como en el caso de **Día 7**, publicación semanal del periódico “El Universal”, que en el número 101 en su portada sacó un fotomontaje con la mitad de la cara de Brozo y la otra mitad con la cara de Víctor Trujillo y un pie de foto que dice “Brozo, el hombre detrás del payaso”. Otro medio que publicó a Brozo en su primera plana fue la revista **Cambio**, revista con tinte político, que en enero del 2001 y en su ejemplar número 31, se encuentra en portada una foto de Brozo con la leyenda “*¿Qué nos pasa? Cada vez la gente habla más de Brozo. Cómo se explica que un payaso sea hoy uno de los líderes de opinión más influyentes de México*”. Y así podríamos hablar de más publicaciones que lo han puesto en su portada, como es el caso de la revista Teleguía, Telenotas, Revista Sky, o periódicos como **La prensa** o **Alarma**.

A nivel internacional llamó también la atención, ya que su programa llegaba por el sistema **Galavisión** a Estados Unidos y parte de Europa. En España, el comunicador y articulista Ignacio Ramonet escribe en el diario **La Voz de Galicia** de España, que Brozo ha logrado con su disfraz desenmascarar a los hombres de poder. Y califica de “insólita particularidad” el hecho de que uno de los noticiarios de mayor audiencia en México lo conduzca un payaso, “como antaño fue en las cortes medievales, la del loco, cuyo estatuto de irresponsable o de inocente le otorgaba la facultad de poder decir sin riesgo sanción, la verdad, la verdad”. Ramonet explica que “la presencia de Brozo en este informativo se da en un escenario en que muchos ciudadanos están convencidos que la televisión no dice la verdad y que demasiados periodistas son tan corruptos como los políticos o los jueces. Brozo demuestra también, Cantinflas ya lo había hecho antes, que cuando se mezcla con los políticos, el más payaso de todos no es el que lleva el disfraz. Cuando se multiplican las amenazas contra los periodistas, ponerse una máscara, aunque sea de un payaso, es a veces el modo más eficaz de desenmascarar a los hombres de poder. De hecho Brozo protagonizó el mayor golpe mediático del decenio: difundió un video clandestino que provocó un sismo político en México<sup>51</sup>”.

## **2.9 Historia de El Mañanero como principal programa de Brozo.**

**El Mañanero** nace como una alternativa de información que comienza en la radio el 28 de noviembre de 1994, aunque ha pasado por varias etapas y con varios altibajos se ha logrado mantener y ha escalado de la radio a la televisión, todo comenzó en Radio Acir en la frecuencia de 1260 AM y se mantuvo por cinco años y medio, sin embargo desde el 24 de julio del 2000 **El Mañanero** también empezó a transmitirse en televisión, por el **Canal Cuarenta**.

---

<sup>51</sup> Texto tomado de la página de internet:  
<http://www.esmas.com/espectaculos/farandula/355697.html> El 5 de mayo de 2011. Artículo de abril de 2004.

En la radio Brozo y **El Mañanero** se mantuvieron gracias al gusto de la gente, aunque tuvo varios cambios desde conductores, horario y hasta de frecuencia del mismo grupo radiofónico.

La salida de Brozo del Grupo Acir se debió a que en Junio del 2000 se informa sobre una probable fusión entre el grupo Radiópolis (Radiodifusora perteneciente a Televisa) y el Grupo Acir. Esto originó que varios personajes que trabajaban en Radio Acir como José Ramón Fernández, Guillermo Ochoa y Víctor Trujillo abandonaran la empresa por no estar de acuerdo con la fusión. Al cuestionarle al personaje de Brozo el porqué ahora sí trabajar en Televisa éste comentó: *“en ese entonces al haber aceptado ser parte de la transacción hubieran tenido a Brozo gratis, era muy chistoso que todo mundo ganará menos Brozo, entonces no lo podían incluir en ningún paquete ni puede ser parte de mudanza alguna, **pues si quieren con el payaso, pues que le aplaudan**”*.

**El Mañanero** con su cambalache de radio a televisión fue siendo una mayor referencia para las personas y logró vender tanto su idea, que en mayo del 2001 rechazó una oferta de Televisión Azteca, hecha por José Ramón Fernández, en este tiempo Vicepresidente de noticias de la televisora del Ajusco. Cuando el personaje se encontraba en **Canal Cuarenta** Trujillo señaló "José Ramón es un excelente amigo y hubiera sido un placer trabajar con él, pero creo que nosotros hemos echado a andar este proyecto y aquí debemos continuar”.

Trujillo también menciona que durante toda su carrera ha tratado de permanecer un buen tiempo en las empresas que trabaja, porque finalmente aprendió que no debe andar buscando qué camiseta le dan, Brozo tiene su camiseta, él genera sus proyectos y entonces debe estar con la empresa que coincide con su camiseta. En diciembre de 2001 declaró, "ahora mi camiseta la quiero compartir con el Canal 40, porque me hicieron una oferta que no había recibido en toda mi vida y que fue hacer lo que yo quisiera"<sup>52</sup>.

---

<sup>52</sup> Periódico EL UNIVERSAL, 23 de mayo de 2001, pp. 1. Nota de Francisco Sandoval.

A pesar de estas declaraciones, Brozo anunció su salida de **Canal Cuarenta**. Realiza su última transmisión por ese canal el 07 de Diciembre de 2001, la nota importante no fue la salida de Brozo de Canal 40, si no la entrada del “Payaso” a Televisa, y aunque extraoficialmente se sabe que la transacción fue millonaria, se especula que fue de dos millones de dólares y con un presupuesto mensual para la producción de 750 mil pesos.

Televisa se llevó el programa por todos los aciertos que tuvo desde radio y en Canal 40, ya que podemos hacer muchas menciones de exclusivas y comentarios que llegó a tener, uno de ellos fue el 11 de Septiembre del 2001, día de los atentados a las Torres Gemelas de NewYork, fue el único programa en la Televisión Mexicana que narró en vivo y se logró ver cómo iba llegando el segundo avión a estrellarse a la torre. Aunque la imagen que tenía en ese momento era de la cadena estadounidense CNN. Fue quien primero se enlazó con esa información. Las dos televisoras, TV Azteca y Televisa, se peleaban por decir que ellos fueron los primero en transmitir esa noticia, pero quien realmente dio la primicia fue **El Mañanero de Canal 40**.

A raíz de los atentados del 11 de Septiembre en Estados Unidos, en México se dieron muchas declaraciones sobre si se apoyaba o no a los EEUU. Una declaración del entonces Canciller mexicano Jorge G. Castañeda decía que “México no puede estar mamando y darle de Topes”, refiriéndose a EEUU. A lo que Brozo molesto le contestó “Mame Usted”.

Una entrevista polémica que tubo fue con Martha Sahagún, esposa del ex presidente Vicente Fox, ya que se vio muy tibio en sus preguntas, aunque no se quedó con las ganas de cantarle “*No llores por mí mi martita, el pueblo te necesita, Martha querida, Marta de Fox*”, haciendo parodia a la canción de Nacha Guevara, “*No llores por mí Argentina*”, dedicada a Eva Perón.

Otra noticia que dio mucho de qué hablar fue el 3 de marzo del 2004, cuando evidenció a René Bejarano, ex secretario del entonces Jefe de Gobierno Andrés Manuel López Obrador, además líder de los assembleístas del PRD en el Distrito

Federal. La noticia a la que hacemos referencia es cuando en un video se ve como Bejarano recibía dinero de la oficina del empresario Carlos Ahumada. Esta noticia y esta imagen que primero tuvo **El Mañanero** se transmitió después a nivel nacional e internacional. A partir de este día en México se creó un ambiente de escándalos y enfrentamientos entre el Gobierno Federal y el del Distrito Federal. Esto le valió a Víctor Trujillo el estar amenazado de muerte y desde entonces trae seguridad privada, puesta por la empresa Televisa.

En resumen, los protagonistas de los hechos importantes en el país, siempre estaban pendientes de **El Mañanero**. Sabían de la importancia que tenía su caso particular si de él hablaba Brozo en su programa; por eso Marta Sahagún fue ahí a defenderse del libro **La Jefa**; por eso René Bejarano aceptó cambiarse de estudio y entrar al de **El Mañanero**, donde inició la historia trágica el video escándalo en nuestro país.

## 2.10 ¿Por qué hacer **El Mañanero**?

La idea de **El Mañanero**, comenzó con la intuición de que México pronto iba a cambiar. Así se pensaba entonces desde la muerte de Luis Donald Colosio y cuando empezaba el presidente Zedillo, se consideraba que las cosas ya no iban a durar iguales mucho tiempo.

Carlos Monsiváis escribe que 1994 puede ser una fecha divisoria en la televisión, ya que en ese año hay una confluencia de acontecimientos, la rebelión zapatista, los asesinatos de Luis Donald Colosio y José Francisco Ruíz Massieu, el derrumbe perceptible del control absoluto del PRI y, sobre todo, el desarrollo de una sociedad mucho más informada y crítica y la moda del humor estadounidense, impuesto por el cine, la escuela de *Mad Magazine*, *Saturday Night Live*, *Los Simpson* y después *South Park*, familiarizan a sectores muy vastos con la atmósfera donde el chiste memorizado deja de ser casi lo único y se integra a la mezcla de sátira, parodia, sarcasmo, choteo, ironía y, desdichadamente, el albur, el humor más repetitivo y autocelebratorio que se conoce.

*“Ya se adivinaba que algo diferente tenía que pasar, quién sabe si para bien o para mal, pero tenía que suceder. Por medio de la comedia debíamos de empezar a buscar un común denominador entre nuestros intereses y los de la gente”.* Por necesidad personal, explica, la intención fue la de elevar la comedia a otros aspectos. Desde muchos medios como el teatro, la radio, la prensa escrita, siempre ha habido las ganas y las intenciones de gente muy valiosa de proponer otros puntos de vista, otras voces, otros esquemas, otro tipo de análisis. El cambio que se da en los medios lo comenta el Dr. Javier Esteinou Madrid, en su libro “Medios de comunicación y democracia a finales del siglo XX”, en donde menciona que los medios de comunicación han alcanzado un peso estratégico para la construcción cotidiana de los procesos de hegemonía y conducción nacional, además menciona que gracias a las grandes capacidades persuasivas que han conquistado los medios sobre los campos de conciencia de los auditorios, las verdades mediáticas substituyen cada vez más al resto de verdades sociales, incluyendo a las jurídicas, éticas y morales.<sup>53</sup>.

**El Mañanero** y Brozo, también sirven para ir contra la solemnidad. Fue entonces cuando se plantea que la información no tenía por qué ser aburrida, densa o solemne. “Siempre he creído que los temas más difíciles o los más espinosos deben tratarse de la manera más amable posible, porque para partir de cualquier lado debes de partir del entendimiento, si no te la vas a pasar rebotando como una canica entre los sucesos que se van dando”.

Explica que el tono informal y “chacotero” de analizar información ofrece mayores posibilidades de crítica, pues el humor contiene en sí mismo ese ingrediente. “Un humor que no contiene ácido, crítica, castigo, no tiene por qué ser, de otra manera seríamos unos burlones profesionales. La idea es construir”. “El informativo tiene

---

<sup>53</sup> Ensayo Medios de comunicación y democracia en México a finales del siglo XX, del Dr. Javier Esteinou Madrid. Investigador del Departamento de Comunicación y Educación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.  
[http://deceyec.ife.org.mx/medios\\_de\\_comunicación\\_y\\_democra.htm](http://deceyec.ife.org.mx/medios_de_comunicación_y_democra.htm)

como atracción, sin pretenderlo, tener iguales sustentos, iguales notas o mejores contenidos, o mejores formas de trabajo,” comparándolo con otro informativo o noticiario “pero siempre sin pretenderlo porque cuando lo pretendes ya no tiene chistes, es un juego y es muy rico, sobre todo desde la perspectiva de Brozo que las cosas salgan o que parece que salen sin trabajo, que salen sin bronca, como sacándolas del sombrero del mago, que no hay sudores, que no hay caras de preocupación, que no hay tensión, que no hay toda esta parafernalia de lo que significa trabajo, porque cuando parece trabajo, parece aburrido, porque si no cuando ven a alguien en la pantalla dicen: parece que cobra mal, lo hizo a fuerza, no le sale, no se entiende lo que está leyendo; entonces sin pretenderlo es mucho más rico y más preocupante porque la gente que finalmente sale afectada por el programa, salió afectada por algo que parece trivial, que parece vano, que parece idiota, que por qué un payaso está haciendo un programa así, teniendo esos invitados, con colaboradores que van haciendo opinión y que lo que generan va generando otras cosas, un equipo de trabajo unido, un equipo de trabajo feliz, un equipo de trabajo relajado, un equipo de trabajo que no se anda pisando; todo esto preocupa, sobre todo a los que viven nacen y se desarrollan en el caos”.

Con este programa, Víctor Trujillo y su producción logran hacer mejor el trabajo mediático. Lorenzo Gomis<sup>54</sup> menciona que no todos los hechos son percibidos, y entre los hechos percibidos no todos sirven como noticia. Además comenta que la esencia de la Noticia es la capacidad de comentario que un hecho tenga. Recordemos lo que dijo Charles A. Dana, un periodista norte americano del siglo pasado. “Noticia es cualquier cosa que hará que la gente hable”. Hay que hacer notar lo que Brozo habló sobre el cambio democrático que vivía el país y el motivo de hacer un programa informativo era gracias a ese cambio político que se percibía.

Lorenzo Gomis refuerza ese comentario y justifica la presencia del programa al señalar que “la noticia es nacida primero como alimento de conversación, y ha logrado convertirse en tópico, lugar común, referencia general en los comentarios

---

<sup>54</sup> Lorenzo Gomis, Teoría del periodismo.

de todos. No es raro que la democratización de la noticia discurra paralelamente a la influencia de la democracia política en el gobierno de los pueblos”<sup>55</sup>.

Brozo y **El Mañanero** han logrado mantener una coherencia entre los estímulos verbales y no verbales que emitimos. Escribe Víctor Gordo: “la credibilidad depende de la coherencia entre los estímulos verbales y no verbales que emitimos. Las secciones del programa, el comportamiento de los personajes, el tratamiento de la noticia, el trato a los invitados, la escenografía, hasta el personal técnico del estudio era coherente con la esencia de Brozo, nada ni nadie estaba fuera de lugar. Todo encajaba con buen ritmo y mandaba el mismo mensaje: irreverencia y chacoteo sin perder la sutil línea de la credibilidad y la profundidad de conceptos. Jamás un chisme, jamás un insulto inmerecido, siempre la objetividad y el sentido común revestido de humor”<sup>56</sup>.

### **2.11 Si tienen Tele ahí se ven, un final de El Mañanero.**

Todo comenzó un 3 de marzo de 2003, era una Mañana más en México, para los que estaban viendo el **Canal Cuatro**, en el programa **El Mañanero**, Brozo anuncia que habrá una sorpresa, que no le cambie a la tele, y aproximadamente a las 07:40 de la mañana, regresando de un corte comercial aparece junto con Federico Doring, Asambleísta del Distrito Federal por el Partido Acción Nacional, PAN, Doring y Brozo platicaban de algunos casos de corrupción en el Gobierno del Distrito Federal.

Minutos antes, había estado en **Canal Dos**, en el Noticiero de Adela Micha y Leonardo Kourchenko, el líder de los asambleístas por el Partido de la Revolución Democrática, el profesor René Bejarano, hablando en contra de la corrupción y comentando que se aplique todo el peso de la ley a los corruptos. Doring anuncia un acto “terrible” de corrupción justamente cometido por Bejarano. En ese

---

<sup>55</sup> Gomiz, Lorenzo. Teoría del periodismo. Edit. Paidós México. 1997. Pp. 52

<sup>56</sup> Rector del Colegio de Maestría en Imagen Pública y autor de los libros Imagología y El poder de la imagen pública.

momento, Brozo menciona que éste está en otro estudio y pide que sea invitado a pasar al estudio de **El Mañanero**, nunca se imaginó lo que le esperaba. Después del saludo inicial, Doring se retira y empieza a correr un video, en el cual se ve a Bejarano recibiendo billetes, al parecer dólares, del empresario Carlos Ahumada Curtz, Bejarano con la cara pálida y con la voz nerviosa, tuvo que aceptar lo que había visto toda la audiencia. Hoy se sabe que fueron 45,000 mil dólares, los que este empresario le había “donado” a este representante político.

El caso tuvo tanta relevancia que inmediatamente en la frecuencia del 690 de AM, en el programa de radio de Nino Canún **¿Usted qué opina?** se enlazó con la señal de televisión para pasar al aire lo que Brozo le decía a Bejarano.

Esta situación, el evidenciar a alguien en vivo, no se había visto en la televisión mexicana, por lo que muchos consideraron que fue un exceso de Brozo. A la postre, muchos aseguraron que el fin de **El Mañanero** se debió a causa de los videoescándalos, no del hecho del fallecimiento de su esposa acaecido el 2 de mayo de 2004.

Florence Toussaint, en la revista Proceso, escribe que la renuncia de Víctor Trujillo del segmento de la mañana, después de los escándalos en video de los cuales fue copartícipe, se veía venir. Las excusas que dio en un principio fueron poco convincentes. Luego, él mismo rectificó: la empresa había pedido su salida. Desapareció así **El Mañanero** que tanto rating le dio al canal a la par con el desprestigio de la propia empresa. Los excesos cometidos por Brozo terminaron por volverse en su contra.

Otra versión, es que la terminación del programa se debió a las amenazas que él mismo comentó dentro del programa ya que estuvo amenazado de muerte, aunque suenan a especulaciones de que quien lo amenazó fue René Bejarano, un personaje que a pesar de su desprestigio a nivel nacional e internacional, se mostró con poder tanto dentro del Gobierno del Distrito Federal, como del PRD, partido al cual pertenece.

René Bejarano es esposo de la diputada y ex delegada de la delegación Cuauhtémoc, Dolores Padierna, y fue líder de la Corriente de Izquierda Democrática CID, dentro del PRD.

En una entrevista realizada por Jonathan Torres, para una investigación realizada por la revista **Cambio**, Bejarano le comenta “Tarde o temprano me voy a levantar”. Y es evidente que René Bejarano no ha sido afectado más que moralmente por el video pasado en **El Mañanero**, porque legalmente sigue intacto gracias a toda la influencia, entre ellos el fuero que tuvo como diputado local. Por lo que se vio más rápido la salida de **El Mañanero**, que enjuiciar a Bejarano.

Después del fallecimiento de la productora del programa Carolina Padilla, esposa de Víctor Trujillo, éste comenta no sentirse a gusto y se ausenta varios días al programa. Tras este muerte, recibió muchas muestras de apoyo de las televisoras TV Azteca, CNI canal 40, la misma Televisa, y algunos programas de radio. Aunque los medios no fueron los únicos en darle su afecto a Víctor, se sumaron personalidades como Andrés Manuel López Obrador y el presidente Vicente Fox le envió una carta de condolencias.

Semanas después del fallecimiento de Carolina, el 2 de julio, a las seis de la mañana, a la hora de prender la televisión para ver a Brozo dar las noticias, en su muy peculiar estilo, lo irreverente, las críticas, la seriedad y la burla, todo lo que era posible en **El Mañanero**, donde se hablaba de cualquier tema por muy serio que fuera era abordado con humor, se anunciaría el término de este programa.

Era su última transmisión, con el anuncio de que estarían en el estudio grandes personalidades, como los periodistas Carmen Aristegui, Javier Solórzano y el presidente de Televisa Emilio Azcárraga Jean, Víctor Trujillo, en el papel de Brozo señaló "estamos disfrutando, espero que ustedes también, las últimas horas de **El Mañanero**".

A lo largo del informativo no se “quebró”, ni con las llamadas telefónicas de apoyo que recibió de sus compañeros Leopoldo Gómez, Lolita Ayala, Diane Pérez, Jorge Berry, Joaquín López-Dóriga y Alejandro Cacho, y no podía faltar su compadre

Andrés Bustamante. Sus jefes, Emilio Azcárraga Jean y Bernardo Gómez le dieron personalmente palabras de aliento. De hecho, tras la visita de los ejecutivos de Televisa, Víctor se vio fortalecido; lucía más sereno. Serenidad que hasta se convertía en orgullo y satisfacción al responder a las llamadas que le hicieron algunos políticos ante los que reconoció: “en más de una ocasión los incomodé con mis comentarios, críticas y preguntas”. Otras personalidades que le llamaron para solidarizarse con él fueron Cuauhtémoc Cárdenas, ex líder del Partido de la Revolución Democrática; Lázaro Cárdenas Batel, gobernador de Michoacán en ese tiempo; el senador Enrique Jackson; Leonel Godoy; Amalia García, Gobernadora de Zacatecas en ese momento; Manuel Bartlett, ex senador de la República; Demetrio Sodi, hoy Jefe de Delegación de la Miguel Hidalgo y Rafael Macedo de la Concha, exprocurador General de ese periodo; todos ellos demostraron que no hay rencor o que son muy diplomáticos y hablaron vía teléfono celular para tener su último diálogo con Brozo.

También el expresidente de la República Vicente Fox se manifestó. Lo hizo a través de una carta que envió al informativo, en tanto que Andrés Manuel López Obrador prefirió apoyarse en las cámaras para manifestarle a Brozo su sentir. Otro personaje que le envió saludos a través de Carlos Loret de Mola, fue el ex presidente Carlos Salinas de Gortari. En total recibió treinta llamadas de políticos, desde secretarios de estado y gobernadores, hasta líderes de partidos, diputados y senadores, comunicadores y artistas.

Ya en punto de las 9:54 de la mañana, Víctor Trujillo se despojó de Brozo y tras quitarse la peluca verde y la nariz roja, procedió a compartir los motivos del fin de **El Mañanero**. Porque así lo pidió él, lo rodearon su equipo de trabajo y sus hijas Carolina y Paulina y después dijo con voz entrecortada: "Hoy se está cumpliendo un mes de que Carolina nos dejó, entonces este mes ha sido de una reflexión constante y he llegado a la conclusión de que no hay otra más que estarse reinventando y que esta gran etapa de este programa tan querido por nosotros tiene que marcar una etapa en nuestra vida como equipo y como familia. No he encontrado un mejor homenaje para hacerle a Carolina, mi esposa, mi compañera,

mi cómplice... mientras estuvo ella enferma todos teníamos la idea de que en el mejor de los casos podría regresar y entonces la envidia de todos nosotros regresaría".

Y continua diciendo: "Hoy que todos sabemos que no regresará, es muy pesado saber que suena el teléfono y no es ella, o que me cuelgo en un bloque del programa y sé que no va estar ella para regañarme, porque ya no me dejo regañar por nadie si no era por ella... y creo que es mejor finalizar esta etapa."

La voz del payaso "guarro e irreverente" como le llamó su ex compañero, "Ponchito", dio paso a la del ser humano, Víctor Trujillo quien con el sentimiento a flor de piel aseguró que una de las cosas que aprendió al lado de su compañera, su cómplice, durante su trayectoria fue que nunca ha sido mártir en el trabajo.

"Nunca he sido mártir porque siempre quise divertirme y no voy a cambiar ahora, voy a estar en el trabajo porque me estoy divirtiendo y eso es lo que más atesorábamos ella y yo, esto no es un trabajo, eso es un tabú de llorar en el camerino y gozar en el escenario." Brozo, agradeció a la producción y a sus hijas, de quien, dijo, están "aprendiendo a vivir sin su mamá". Y mientras en el fondo del audio se escucha la canción de "Adiós Mujer", del grupo Mocedades. Víctor continuó diciendo: *"Muchas gracias a todos y si tienen tele, ahí se ven"*.

Este fin fue realmente sentido y emotivo, pero en el año 2010, para ser exactos el 15 de febrero, junto con el proyecto de Televisa Foro TV, reinicia **El Mañanero**, con otros acompañantes, como el doctor Leopoldo de Rosa y Marissa Rivera y como atractivo femenino un personaje al que llama "La Reata". El programa ahora se transmite de lunes a viernes de 6:30 a 8:30 de la mañana.

Antes de este reinicio, en el 2006, Brozo participó en otro Programa nocturno de sketch y entrevistas llamado el **Circo de Brozo**. Programa que no tuvo mucho éxito, por lo que salió del aire y regresó con un nuevo programa que se llamó **El Notifiero**. Éste sólo salía los viernes y duró de 2007 a diciembre de 2009.

## 2.12 Después de El Mañanero, las noticias como entretenimiento.

Después de la desaparición de **El Mañanero**, han tratado de llenar ese espacio con otro tipo de informativos de una manera light, que además de informar entretengan al público, un ejemplo más de ellos es **Planeta Tres**, dirigido por Eduardo Videgaray, el programa que nació en agosto del 2003, y que se transmitía los domingos por las noches. Se componía de personajes de la televisión, como José Ramón San Cristóbal, actor; Yuriria Sierra y Paola Rojas periodistas; Flavio Alejo Morris, Fernando Rivera Calderón, y Diego Rentaría. Pero el 23 de agosto de 2004 pasó a ser **Planeta Tres a Diario**. Programa que se transmitió de lunes a viernes y sólo duró tres meses. Ya que no tuvo el rating que se esperaba y que tenía **El Mañanero**.

Después el 18 de octubre del 2004, reaparece Víctor Trujillo con un nuevo programa, **El Cristal con que se Mira**. Programa de análisis en donde Víctor Trujillo no se personifica. Sale como él mismo, como Víctor. De una manera seria, aunque un poco sarcástico, aunque no logró entretener como lo que hacía Brozo; el programa tuvo una duración de dos años exactos y una de las cosas destacables de ese programa es que tenía a la semana una mesa de análisis llamada "la mesa de los periodistas". En donde participaban periodistas e investigadores como Denise Dresser, Julio Hernández López, Raymundo Rivapalacios y Katia D'Artigues. Aquí se tocaban los temas de la semana de interés nacional. El lema del programa era "*En este mundo traidor, nada es verdad ni es mentira... todo depende del Cristal con que se mira*".

Desde el primero de enero de 2007, se creó un nuevo informativo, irreverente y con un manejo de la información muy ligero, este programa se llama **Matutino Express**. El programa es conducido por Esteban Arce, quien junto con Eduardo Salazar en la información, Claudia Quijas en los deportes, José Ramón San Cristóbal en lo insólito de la información, Quique Muñoz presentando historias de la ciudad, y Adriana Riveramelo en los espectáculos. El programa sigue al aire después de **El Mañanero** también por Foro TV.

En canal 28 llamado también **Cadena Tres**, existe un programa que se transmite desde el 29 de noviembre de 2009 todos los domingos, el cual se llama **Mikorte Informativo**. Éste es un programa informativo caracterizado por el hecho de estar conducido por extraterrestres con forma de simios antropomórficos, similares en aspecto a los habitantes de El Planeta de los Simios. La forma de dar a conocer las noticias es analizada por los conductores desde un sentido ajeno al ambiente terrícola y a la vez con su sentir como animales jugando con el tono políticamente correcto de los humanos.

### **3 El discurso, la discusión y su análisis.**

En este capítulo se explicará la metodología de nuestra investigación. Recordemos que para el estudio sociocultural del objeto de estudio, se requiere una metodología en el análisis para entender su construcción simbólica, partiendo del método que es el procedimiento de investigación que conlleva a una serie de operaciones que permiten seleccionar y coordinar ciertas técnicas para alcanzar los objetivos, es decir el método es el enlace entre la teoría y la técnica. La Metodología, según Rossana Reguillo “se define como el proceso de transformación de la realidad en datos aprehensibles y cognoscibles, que buscan volver inteligible un objeto de estudio.”<sup>57</sup>.

La técnica de “Análisis de Discurso” es la que ocuparemos para llegar a una conclusión de nuestra investigación. Recordemos que el objetivo de este trabajo es conocer cuáles son los capitales que ha desarrollado Brozo para ser conductor de un informativo y por qué y cómo se ha convertido en líder de opinión. El discurso es sobre todo una acción social, un acto que conlleva en sí mismo una enorme carga de significados, que escapan a la primera mirada, pero que se desmenuzan en una observación acuciosa.

El especialista en discursos, Van Dijk sugiere que en todos los niveles del discurso podemos encontrar "huellas del contexto". Estas huellas o indicios permiten entrever características sociales de los participantes, como por ejemplo sexo, clase, etnicidad, edad, origen, posición y otras formas de pertenencia grupal. Además, sostiene que los contextos sociales son cambiantes y como usuarios de una lengua seguimos pasivamente a los dictados de grupo, sociedad o cultura.<sup>58</sup>

A continuación veremos qué es una técnica cuantitativa y cualitativa y las características que tiene cada una de éstas, y cómo nos puedan ayudar a nuestro trabajo de investigación.

---

<sup>57</sup> Reguillo Rossana. De la pasión metodológica o de la paradójica posibilidad de la investigación. 2003 ITESO.

<sup>58</sup> Artículo. El Análisis del discurso según Van Dijk y los estudios de la comunicación. Omer Silva

### **3.1 Lo cuantitativo vs lo cualitativo.**

Existen diferentes tipos de investigación, y según la naturaleza de la información que se recoge para responder al problema investigativo, éstas pueden ejecutarse bajo dos paradigmas, la investigación cuantitativa o la cualitativa.

El producto de una investigación de corte cuantitativo será un informe en el que se muestre una serie de datos clasificados, sin ningún tipo de información adicional que le dé una explicación, más allá de la que en sí mismos conllevan. Viéndolo desde este punto de vista, se podría pensar que los estudios cuantitativos son arbitrarios y que no ayudan al análisis de los resultados más que lo que han mostrado por sí solos. Esto no es así, pues con un estudio de este tipo se muestra además las características de estos datos que han sido organizados.

La investigación cuantitativa se dedica a recoger, procesar y analizar datos cuantitativos o numéricos sobre variables previamente determinadas. Esto ya lo hace darle una connotación que va más allá de un mero listado de datos organizados como resultado; pues estos datos que se muestran en el informe final están en total consonancia con las variables que se declararon desde el principio, y los resultados obtenidos van a brindar una realidad específica a la que éstos están sujetos.

Además de lo antes expuesto, vale decir que la investigación cuantitativa estudia la asociación o relación entre las variables que han sido cuantificadas, lo que ayuda aún más en la interpretación de los resultados.

Por ejemplo, en una investigación cuantitativa de Brozo, nos podría arrojar datos como qué edades tienen los que ven a Brozo, si les gusta más su programa a hombres o mujeres, etcétera. Este tipo de investigación trata de determinar la fuerza de asociación o relación entre variables, así como la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra. De aquí se puede hacer inferencia a una población de la cual esa muestra procede. Más allá del estudio de la asociación o la relación pretende, también, hacer inferencia que explique por

qué las cosas suceden o no de una forma determinada. Todo esto va mucho más allá de un mero listado de datos organizados, como se puede leer en la afirmación antes expuesta.

Esta otra idea que se expone a continuación ofrece una visión más abarcadora y completa de la investigación cuantitativa. Por métodos cuantitativos de investigación se entienden los diseños experimentales y *cuasi* experimentales, la investigación por encuesta, los cuestionarios estandarizados, los registros estructurados de observación, las técnicas estadísticas de análisis de datos, entre otros.<sup>59</sup>

Dentro de la investigación cuantitativa se pueden observar:

- Los diseños experimentales, donde se aplican experimentos puros, entendiéndose por tales los que reúnen tres requisitos fundamentales: la manipulación de una o más variables independientes; medir el efecto de la variable independiente sobre la variable dependiente y la validación interna de la situación experimental.
- La encuesta, que es la investigación cuantitativa de mayor uso en el ámbito de las ciencias sociales y consiste en aplicar una serie de técnicas específicas con el objeto de recoger, procesar y analizar características que se dan en personas de un grupo determinado.
- Los estudios cuantitativos con datos secundarios, los cuales, a diferencia de los dos anteriores, abordan análisis con utilización de datos ya existentes.

En general los métodos cuantitativos son muy potentes en términos de validez externa ya que con una muestra representativa de un total, hacen inferencia a éste con una seguridad y precisión definida.

---

<sup>59</sup> Cabrero García J, Richart Martínez M. El debate investigación cualitativa frente a investigación cuantitativa Disponible en: [http://departamento.enfe.ua.es/profesores/miguel/documentos/Debate\\_inv-cualitativa\\_frete-inv-cuantitativa.pdf](http://departamento.enfe.ua.es/profesores/miguel/documentos/Debate_inv-cualitativa_frete-inv-cuantitativa.pdf)

Otro aspecto de la Metodología de la Investigación son los estudios cualitativos, que se han venido retomando luego de un casi dominio de los métodos de investigación cuantitativos.

Son identificadas cuatro formas generales en las que se utiliza este tipo de investigación.<sup>60</sup>

- Como mecanismo de generación de ideas.
- Para complementar un estudio cuantitativo.
- Para evaluar un estudio cuantitativo.
- Como método principal de investigación.

Ahora bien, cómo ejemplificar esta afirmación. Como mecanismo de generación de ideas se puede ver su utilización en la identificación y jerarquización de problemas y necesidades, en cualquier área del conocimiento. Además, en la evaluación de la calidad de planes y programas; como complemento de un estudio cuantitativo. Los métodos de investigación cualitativos sirven para evaluar estudios cuantitativos en los casos de validación de encuestas, para que los resultados no se queden sólo a escala numérica y porcentaje. Como método principal de investigación, los métodos cualitativos ofrecen un amplio espectro de posibilidades de investigación, mediante la conjugación de varias técnicas.

La investigación cualitativa exige el reconocimiento de múltiples realidades y trata de capturar la perspectiva del investigado.<sup>61</sup> Desde este punto de vista, se aprecia que en las investigaciones cualitativas es un hecho sumamente importante el sujeto o las fuentes a investigar. Los resultados están muy en dependencia de las emociones o de los análisis exhaustivos del contenido de las fuentes de información.

---

<sup>60</sup> Rojo Pérez N. La investigación cualitativa. En: Bayarre Vea H, Astraín Rodríguez ME, Díaz Llanes G, Fernández Garrote L, compiladores. La Investigación en Salud. La Habana: MINSAP, ENSAP; 2002. pp.118

<sup>61</sup> Reyes T. Métodos cualitativos de investigación: los grupos focales y el estudio de caso. Disponible en: <http://www.ibad-tenerife.com/filosofia/mci.pdf>

La investigación cualitativa permite hacer variadas interpretaciones de la realidad y de los datos. Esto se logra debido a que en este tipo de investigación el analista o investigador va al “campo de acción” con la mente abierta, aunque esto no significa que no lleve consigo un basamento conceptual, como muchos piensan. El hecho de tener la mente abierta hace posible redireccionar la investigación en ese momento y captar otros tipos de datos que en un principio no se habían pensado. En otras palabras, la investigación cualitativa reconoce que la propia evolución del fenómeno investigado puede propiciar una redefinición y a su vez nuevos métodos para comprenderlo.

En los métodos de investigación cualitativos los investigadores no sólo tratan de describir los hechos sino de comprenderlos mediante un análisis exhaustivo y diverso de los datos y siempre mostrando un carácter creativo y dinámico.

La investigación cualitativa es un tipo de investigación formativa que cuenta con técnicas especializadas para obtener respuesta a fondo acerca de lo que las personas piensan y sienten. Su finalidad es proporcionar una mayor comprensión acerca del significado de las acciones de los hombres, sus actividades, motivaciones, valores y significados subjetivos.<sup>62</sup>

La investigación cualitativa estudia los contextos estructurales y situacionales, al tratar de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica.

La investigación cualitativa cuenta con varias técnicas para la obtención de datos, como son:

- La observación.
- La entrevista.
- La revisión de documentos o análisis de discurso.
- El Análisis de discurso.

---

<sup>62</sup> Ibídem Rojo Pérez N. pp.118.

- El estudio de caso.
- Los grupos de discusión.
- Los cuestionarios.

Mediante la revisión de documentos los investigadores generalmente obtienen la mayor cantidad de datos. Ésta es una de las técnicas que más se utilizan, unidos al empleo de los cuestionarios.

En el caso de la observación, el investigador tiene una oportunidad única de obtener información que en otros casos no se logra y que puede influir en los resultados. Mediante esta técnica, que en la mayoría de los casos se utiliza unida a la entrevista, se captan mensajes o ideas que pueden ser omitidas, ya sea voluntaria o involuntariamente por parte del investigado. A menudo las personas emiten gestos o presentan actitudes que van en contra de lo que están diciendo.

Algo que debe tener en cuenta el investigador con esta técnica, es que debe seleccionar adecuadamente la muestra a estudiar, pues debe ser suficientemente grande como para que los criterios puedan ser variados y disímiles y a su vez en un marco estrecho para que cada integrante del grupo tenga la oportunidad de emitir sus opiniones.

Por eso se hace necesario, que un investigador combine varias de estas técnicas para que la información que obtenga sea más segura y confiable en el momento de la toma de decisiones.

### **3.2 Una técnica cualitativa para el estudio de los Capitales de Brozo.**

Una investigación sobre Brozo, requiere más de una técnica cualitativa, ya que tratamos de describir cómo un personaje ha logrado introducirse en millones de hogares mexicanos dando noticias y haciendo comentarios de las mismas. El descifrar a Brozo con números no nos daría más que datos más técnicos. Pero Brozo requiere de datos más duros, el cómo Brozo ha comprendido el país donde

vive y como lo expresa, o sea cómo su forma simbólica es comprendida por el público que lo sigue en televisión.

Con una técnica cualitativa vamos a analizar desde diversos campos de conocimiento. Los investigadores han reconocido la importancia de analizar las experiencias cotidianas de la gente al superar el abismo creado por el paradigma empírico convencional entre ciencia y sentido común. “De esta manera, el ‘giro narrativo’ ha enriquecido las formas actuales de hacer ciencia social. Es totalmente evidente ahora que la indagación cualitativa es el análisis crítico e interpretativo de las narrativas de la gente en su vida cotidiana en la realidad mundana.”<sup>63</sup>

Sandoval Casilimas, en su libro sobre investigación cualitativa, se menciona que los acercamientos de tipo cualitativo reivindican el abordaje de las realidades subjetiva e intersubjetiva como objetos legítimos de conocimiento científico; el estudio de la vida cotidiana como el escenario básico de construcción, constitución y desarrollo de los distintos planos que configuran e integran las dimensiones específicas del mundo humano y, por último, ponen de relieve el carácter único, multifacético y dinámico de las realidades humanas.”<sup>64</sup> En esta investigación utilizaremos el análisis del discurso, y como su nombre lo dice, se analiza el tipo de lenguaje que utiliza y qué y cómo lo dice. Para esto hay que ir entendiendo lo que es el lenguaje.

### **3.3 El lenguaje y la comunicación.**

Las características de poder y saber se rearmen en el discurso. “Y por esa misma razón, es preciso concebir el discurso como una serie de fragmentos discontinuos

---

<sup>63</sup> Coloquios de Investigación Cualitativa, Subjetividad y procesos sociales. Maite Rodigou y Horacio Paulín. Tomado de la página de internet: [http://f1.grp.yahoofs.com/v1/IB-QTjdrBBjbRBHPqeI4Wpqp3LmboTzHC4banypJsPK2N6y-ejZPFijBEfok4MfzMOZqJPFJxS9EuU9vBwswzZqdJbRTRmgEfnd5w1QO/5%20MODULO%20IV/METODOLOGIA%20CUANTI%20Y%20QUALI/libro\\_Investigacion\\_cualitativa\\_web.pdf](http://f1.grp.yahoofs.com/v1/IB-QTjdrBBjbRBHPqeI4Wpqp3LmboTzHC4banypJsPK2N6y-ejZPFijBEfok4MfzMOZqJPFJxS9EuU9vBwswzZqdJbRTRmgEfnd5w1QO/5%20MODULO%20IV/METODOLOGIA%20CUANTI%20Y%20QUALI/libro_Investigacion_cualitativa_web.pdf)

<sup>64</sup> Investigación Cualitativa. Sandoval Casilimas Carlos A. ARFO Editores e Impresores Ltda. Diciembre de 2002. pp.15

cuya función táctica no es uniforme ni estable. Más precisamente, no hay que imaginar un universo del discurso dividido entre el discurso aceptado y el discurso excluido o entre el discurso dominante y el discurso dominado, sino como una multiplicidad de elementos discursivos que pueden actuar en estrategias diferentes.”<sup>65</sup>

Luis Enrique Alonso escribe un texto llamado “Pierre Bourdieu, el lenguaje y la comunicación: de los mercados lingüísticos a la degradación mediática”, en donde hace toda una síntesis del cómo Bourdieu veía a los medios de comunicación. Enrique Alonso menciona que la estructura social del mercado lingüístico determina así, qué es lo que tiene más valor en el intercambio lingüístico y los discursos no son otra cosa que las jugadas prácticas con la que los sujetos intervienen en un mercado lingüístico, tratando de aumentar sus beneficios simbólicos, adaptándose a las leyes de formación de los valores y a la vez poniendo en juego su capital lingüístico, social y culturalmente codificado.

El discurso por tanto, lejos de cualquier código formal lleva para Bourdieu la marca social, el poder y el valor, de la situación en que se ha producido. La misma producción del discurso se realiza anticipando sus condiciones de recepción en el mercado lingüístico, no tanto mediante la realización de un cálculo estratégico individual como por la adhesión naturalizada a los valores dominantes estructurantes y estructurados, en forma de habitus, en el propio mercado. El mercado lingüístico conforma el campo de la interacción con sus leyes particulares de aceptabilidad de los discursos y prácticas lingüísticas, como un conjunto de relaciones de fuerza y dominación lingüística; mercado donde se hacen valer capitales lingüísticos simbólicos provenientes de posiciones sociales consolidadas a partir de estrategias expresivas, como la hipercorrección que ejercitan las clases medias en su lucha por el enclasmiento o la hipocorrección controlada, la informalidad o la campechanía que muestran los que están en posiciones muy seguras de dominio social para hacer observar que tienen poder hasta para eludir

---

<sup>65</sup> Texto tomado de la página de internet:  
[http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/bourdieu01.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/bourdieu01.pdf). Luís Enrique Alonso. Pierre Bourdieu, el lenguaje y la comunicación: de los mercados lingüísticos a la degradación mediática.

la norma lingüística o simbólica en su provecho, que son disposiciones y competencias comunicativas aprendidas, naturalizadas y cristalizadas en la forma de habitus preconscientes.

El valor real del discurso sólo depende de la relación de las fuerzas que se establece efectivamente entre las competencias lingüísticas de los locutores entendidos no sólo como capacidad de producción, sino también como capacidad de apropiación de los capitales simbólicos que circunscriben el campo en el que se realiza la interacción comunicativa. De esta forma el poder del discurso como poder lingüístico, como poder simbólico se muestra en la capacidad que tienen los diferentes agentes que actúan en el intercambio para imponer los criterios de validación más favorables para sus productos lingüísticos.

Los discursos reproducen los esquemas fundamentales de la división del mundo social, los sujetos adquieren las competencias sociales, incluidas las lingüísticas, que las construyen y las constituyen no como individuos abstractos, una especie de homo lingüisticus, sino como un grupo social. Del mismo modo la producción de enunciados se realiza en situaciones sociales y para adaptarse estratégicamente a esas situaciones sociales, el sentido de los discursos es el sentido de estas situaciones sociales y de la manera de adecuarse a ellas; es un sentido práctico que de manera inconsciente o preconsciente.

Los mercados lingüísticos se definen así, a través de prácticas simbólicas relacionales, de clase, económicas en un sentido total, de fuerza de sentidos y significados. El análisis del discurso se convierte por ello en un análisis estructural de las relaciones de clase, lo que implica tener en cuenta no sólo determinaciones económicas, sino también prácticas culturales y cadenas simbólicas que constantemente reproducen las formas de subjetivación del sistema de posiciones sociales y las formas de exteriorización de la subjetividad como jugadas de posicionamiento y reposicionamiento en la red de relaciones sociales.

La lucha de clases se expande, así, a todos los ámbitos, económico, político, cultural, lingüístico, y el ejercicio del poder se demuestra a través del poder

simbólico que enmascara la dominación presentándola como realidad legítima cuando en realidad se basa en la ocultación de su base, eso es, la posesión y el acaparamiento de diferentes tipos de capital.

Los actos particulares de habla, por lo tanto, no se producen como actos racionalizados, individualizados y calculadores, sino como exteriorización práctica de un habitus que aquí es un habitus lingüístico, definido por un conjunto relacionado de disposiciones adquiridas, esquemas de percepción y de apreciación de la realidad, así como de actuación en ella, inculcados en un contexto social y una situación histórica determinada. El habitus es simultáneamente productor de prácticas sociales simbólicas e ideológicas construyendo una gramática generadora de prácticas, mediadora entre las relaciones socialmente objetivas y los comportamientos individuales, producto, a su vez también, de la interiorización de las condiciones objetivas y de las estrategias de adaptación de los actores a un campo.

Los habitus lingüísticos son, en el campo del lenguaje, los elementos de anclaje de la reproducción cultural, y los discursos las estrategias de los actores para moverse en ese campo sacando el mayor beneficio simbólico posible, por ello, al ser este campo estructuralmente desigual y jerarquizado bajo la apariencia de intercambios iguales y creativos, lo que existe es la imposición de los capitales simbólicos de las clases dominantes. La fuerza de la lengua no viene pues de su estructura formal sino de su actividad relacional en forma de mercado, donde todos acuden a intercambiar para obtener beneficios, pero unos son capaces de obtener plusvalías y otros, sin embargo, son expropiados de sus exiguas riquezas, aunque en la presentación liberal del lenguaje y la economía, todos seamos sujetos soberanos y el intercambio pueda crear riquezas para todos.

En toda situación social vamos a hallar tanto modelos socioculturales de aceptabilidad y censura de los discursos generados en contextos determinados, como individuos con determinados habitus, esquemas interiorizados hasta su incorporación corporal, que compatibilizan la competencia comunicativa con el sentido como valor y producción social, así como con diferentes niveles de capital

simbólico y lingüístico, según los cuales existirán mayores o menores posibilidades de poder definir la situación y modificar la estructura de lo decible.

Por ello nos encontramos en la obra de Bourdieu serias correcciones al idealismo comunicativo de Habermas, puesto que la comunicación no sólo puede ser entendida en términos de la comunicación misma, o a la pragmática analítica de Austin, por ser incapaz de explicar de dónde viene la fuerza *performativa* de las palabras, sin olvidar a la etnolingüística y la sociolingüística norteamericana, por ejemplo de Lakoff o de Labov, donde se empieza por la observación supuestamente neutral pero fascinada de las variaciones de estilo, sobre todo de las versiones populares del idioma, y se acaba reclamando implícita o explícitamente una inversión de valores sobre lo tradicionalmente establecido, lo culto y lo popular, sin estudiar las funciones del lenguaje en el entramado de fuerzas sociales que modela la producción lingüística.

De todo esto se deduce además una crítica a la simple validación del estudio del lenguaje por el carácter popular o natural de las expresiones lingüísticas que se describen, por ello, y en sentido contrario, en Bourdieu existe un proyecto de generalizar y dotar a la filosofía analítica del lenguaje de la base sociológica de que carece y de proporcionarle un análisis total de las condiciones sociales que posibilitan el proceso de generar efectos que describe. Para eso se utiliza la homología económica y las reglas del mercado lingüístico como formas de producción y reproducción de la lengua legítima en procesos de atribución de precios y previsión de beneficios. El círculo se cierra, pues, disolviendo el lenguaje en la sociedad y la sociedad se muestra como economía general, material y simbólica, de prácticas y contra prácticas de clasificación y dominación.

El hecho social durkheimiano, objetivo que se impone sobre los sujetos, y que tanta importancia ha tenido en la propia formación del paradigma estructuralista en la lingüística, vuelve a reaparecer en la concepción que presenta Bourdieu del lenguaje, pero esta vez, cargado del funcionalismo de la dominación con escasas, por no decir nulas, aperturas a la praxis o al dialogismo. La inteligente maniobra de Bourdieu, muchas veces más terminológica que real, de atribuir al habitus y

fundamentalmente al habitus lingüístico el carácter, no sólo de estructura estructurada, sino el de estructura estructurante, es decir formadora de prácticas, no deja de seguir otorgando un carácter excesivamente *reproductivista* al plan de análisis social propuesto por Bourdieu.

Cornelius Castoriadis, define las propiedades del lenguaje no sólo en su dimensión instituida, sino también en su dimensión instituyente. En suma, el lenguaje no es sólo sistema, ni sistema lógico inmanente, como propone el estructuralismo lingüístico antropológico, un sistema de dominación social, como pretende Bourdieu, sino también una praxis conflictiva que se produce en el mundo de la vida cotidiana. La versión más abierta de este enfoque la realiza Michel de Certeau cuando habla de la invención de lo cotidiano para recobrar el carácter intersubjetivo y creativo del lenguaje, puesto que una de las funciones específicas del lenguaje consiste en construir sentido, en crear significados intersubjetivos más allá de la simple denominación o descripción unilateral. Siempre hay relaciones ambiguas, por abiertas, entre los productos culturales y lingüísticos, y las prácticas culturales y lingüísticas, el consumidor cultural es también productor, produce sentido cotidiano al consumir, los sujetos son capaces de modificar la intención predeterminada en los productos lingüísticos y cambiar su sentido.

La comunicación es estrategia, pero también es cooperación y donación; es reproducción, pero también es reconstrucción, reelaboración e incluso invención a partir de materiales preexistentes. En la condición de sujeto está la condición de productor de narraciones, narración que unifica sustancialmente a prácticas culturales, lingüísticas, sociales, etc., cada producción, diría de Certeau es una reelaboración, una redefinición desde la experiencia, que implica no sólo aceptación sumisa, sino resistencia creativa.

En todo proceso comunicativo se produce un contrato implícito de enunciación y recepción. Para Michel de Certeau, tanto en el ámbito de la lengua como en el de las investigaciones sobre las prácticas cotidianas, se puede encontrar una común lógica de la enunciación. La enunciación supone siempre la reproducción

necesaria de un sistema lingüístico, un decir que actualiza sus posibilidades y que sólo se convierte en real en el acto de hablar, pero que es, a la vez, la apropiación de la lengua por el locutor que habla, que supone el reconocimiento de un interlocutor real o ficticio y, por tanto, la constitución de un contrato relacional que crea formas específicas de alocución o recepción por las que se habla a alguien o se recibe por alguien concreto con intereses concretos que modifican la enunciación y la recepción. Siempre existe la instauración de un presente por el acto del sujeto que habla, y conjuntamente, dado que el presente es propiamente una definición del tiempo, la organización de una temporalidad supone un punto de narración, que crea un antes y un después desde el orden de una existencia que es presencia de los actores, tanto en el mundo como en su interioridad.

Cada sujeto actúa, en un haz de dinámicas concretas, según una cierta manera, un estilo que le es propio, los poderes existentes son evidentes, pero los comportamientos resultantes también se realizan en función contextos sociales particulares. Los productos culturales pueden ser considerados, así, no sólo como signos estáticos, sino como un repertorio de prácticas significantes con el que los usuarios proceden a operaciones de transformación desde sus poderes concretos.

Como hemos visto en este capítulo la importancia del lenguaje y los signos que se emiten, por lo que ahora es necesario conocer un poco más a fondo la técnica que ocupamos en esta investigación. A continuación explicaremos lo que es la teoría del Análisis del discurso.

### **3.4 Teoría del Análisis del Discurso.**

La teoría del Análisis del Discurso surge en la década de los sesenta y setenta del siglo XX con una clara necesidad de entender las significaciones de las prácticas discursivas, donde se conforman distintas representaciones de los acontecimientos, de las sociedades y de los grupos.

Tiene como objetivo descubrir las ideologías subyacentes, esto es aquellas que se descubren con un análisis más profundo de lo dicho porque no son observables a simple vista, sino articular sistemáticamente las estructuras del discurso con las estructuras de las ideologías.<sup>66</sup>

La génesis de esta amplia disciplina comenzó con la lingüística, por ser ésta la encargada de los estudios relacionados con el lenguaje. El primer exponente de la clasificación lingüística es el francés Ferdinand Saussure que en 1917 expone sus estudios compilados en el “*Curso de Lingüística General*”<sup>67</sup>.

Aunque surge en los años sesenta del siglo pasado, ya había antecedentes de la definición del análisis de discurso, y esta la describe el estadounidense Noam Chomsky quién en 1957 con su “*Gramática generativa*” explica los hechos del lenguaje con base en las estructuras mentales que subyacen a los enunciados, todo ello de una forma dinámica y tomando en cuenta el uso del lenguaje pero con un sujeto ideal, Chomsky no incluía en sus estudios a los sujetos reales, aquellos que ejecutan verdaderamente el lenguaje en sentido concreto.<sup>68</sup>

En consecuencia ni Saussure ni Chomsky conceptualizan en sus respectivos estudios otras disciplinas que integren de una manera profunda el análisis del discurso, pero debido a sus respectivas aportaciones años después, autores como J. L. Austin y Émile Benveniste, discípulo de Saussure, inducen la interdisciplina para los estudios discursivos con la aportación de sus teorías: *Los actos del habla* (1962) y *La teoría de la enunciación* (1966), respectivamente.<sup>69</sup>

J. L. Austin postula que el lenguaje no sólo sirve para informar o comunicar sino también para persuadir, convencer y luchar. Este autor se enfoca en la premisa de que decir algo es en cierta forma una manera de hacer, es una acción como

---

<sup>66</sup> VAN DIJK, Teun Adrianus; La noticia como discurso: Comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona-México. Ed. Paidós. 1990 pp. 284.

<sup>67</sup> Tomado de: <http://www.um.es/tonosdigital/znum4/peri/peri.htm> en noviembre de 2011.

<sup>68</sup> RUBIO, MONDRAGÓN, Norma; *Primera declaración de la selva lacandona. Análisis discursivo de la identidad de grupo*. Acatlán. Edo. de México. 2006. pp.4 (Tesis Lic. Periodismo y Comunicación Colectiva).

<sup>69</sup> Ídem; pp.5

cualquier otra de que el ser humano desempeñe.<sup>70</sup> Por su parte, Benveniste afirma que el acto de enunciar o decir algo en determinadas circunstancias de comunicación deja siempre sus huellas en lo dicho, la diferencia más significativa con respecto a la aportación de Saussure es que Benveniste analiza a los sujetos reales tomando en cuenta la interpretación conductista.

Es decir un enunciado en el momento de ser dicho puede desempeñar tres funciones:

- a) Acto locutivo, se refiere al sentido y referencia del enunciado
- b) Acto ilocutivo, que se refiere a la intención
- c) Acto perlocutivo, en la medida en que produzca determinados efectos.

En la línea de enfoque de Van Dijk se puede definir la estructura que involucra todas las propiedades o atributos de la situación social, que son relevantes en la producción y comprensión del discurso; así los rasgos del contexto no sólo pueden influir en el discurso, escrito y oral, sino que es posible lo contrario: puede modificar las características del contexto; tal como pueden distinguirse estructuras locales y globales en el discurso, lo mismo puede darse con referencia al contexto. Entre las primeras se ubican el "ambiente" (tiempo, ubicación, circunstancias, etc.) los "participantes" y sus "roles socio-comunicativos" (locutor, amigo, presidente, etc.), intenciones, metas o propósitos.

Los actos de habla como las órdenes o imperativos presuponen siempre diferencias de poder y autoridad. Van Dijk es concluyente cuando plantea que en todos los niveles del discurso podemos encontrar las "huellas del contexto", en las que las características sociales de los participantes juegan un rol fundamental o vital, tales huellas son "género", "clase", "etnicidad", "edad", "origen" y "posición"; además de otras formas de pertenencia grupal. Por otro lado, sostiene que los contextos sociales no siempre son estáticos y que, como usuarios de una lengua, obedecemos pasivamente a las estructura de grupo, sociedad o cultura; así el discurso y los usuarios tienen una relación dialéctica en el contexto. Es decir,

---

<sup>70</sup> Ídem; pp.5

además de estar sujetos a los límites sociales del contexto contribuimos también a construir o cambiar ese contexto; podemos comprometer negociaciones flexibles como función de las exigencias contextuales junto con los límites generales de la cultura y la sociedad; al mismo tiempo que obedecemos al poder del grupo también lo "desafiamos" pues las normas sociales y sus reglas pueden ser cambiadas de un modo creativo donde se puede dar origen a un orden social nuevo.

Sobre el **Género**, se plantea que como varones, de un modo abierto y a veces no tanto, nos comprometemos en formas verbales "sexistas" con y acerca del sexo opuesto, atributos que prevalecen en un grupo social. De esta forma contribuimos a "reproducir" un sistema de desigualdad de géneros al ejercer un control de aquellos aspectos del contexto a expensas de participantes femeninos en el tópico, estilos, turnos, etc., en todo tipo de eventos comunicativos.

En la **Etnicidad** se comenta el problema que puede generar, ya que los grupos étnicos o raciales han sido capaces de desarrollar formas de hablar específicas dando origen a una influencia y adaptación mutua y generando al mismo tiempo problemas de comunicación y comprensión intercultural. A nivel de sociedad global estas relaciones interculturales o interétnicas pueden tomar la forma de "dominancia" al entrar en una forma de reproducción de etnocentrismo y racismo a través de la utilización de un discurso "prejuiciado" o "discriminatorio" sobre una minoría étnica o racial o de cualquier emigrante.

En lo **Cultural**, podemos ver cómo las distintas formas de discurso han sido testigos de las variaciones sociales entre los actores sociales como en los grupos; esto significa que el discurso es influido por las características de los cambios culturales. Así, "narrar", "cumplir una orden", expresar cortesía, o "cambiar de tema", por citar ejemplos, se pueden hacer de modos diferentes dependiendo de los valores, normas, relaciones sociales, o instituciones y la forma que adoptan o tienen determinados contextos socio-culturales.

En un análisis de discurso social, Van Dijk menciona que si bien es cierto que muchas de las propiedades de estas estructuras y estrategias poseen cierta autonomía y son libres de contexto, ellas interactúan con muchas de las propiedades de los contextos locales y sociales anteriormente bosquejados. Además, plantea que si queremos explicar lo que es el "discurso", resulta insuficiente analizar sus estructuras internas, las acciones que se logran, o las operaciones mentales (procesos cognitivos) que ocurren en el uso del lenguaje. En este sentido es necesario dar cuenta que el discurso como acción social ocurre en un marco de comprensión, comunicación e interacción que a su vez son partes de estructuras y procesos socio-culturales más amplios. A continuación veremos a fondo cómo se fue realizando la investigación y cómo fuimos operando para analizar el discurso de Brozo.

### **3.5 El análisis de Discurso en Brozo**

En el presente apartado tenemos como objetivo conocer los capitales que ha desarrollado Brozo para llegar a ser líder de opinión mediante la técnica de Análisis de discurso.

Se analizaron dos programas de **El Mañanero**, y más que comparar es ver la tendencia del discurso de Brozo. Uno del año de 2004 y otro de este año 2011. El programa de **El Mañanero** no cambia su formato ni esencia en estos programas analizados, lo único que cambia son los integrantes y algunas secciones. Sin embargo nos podemos dar cuenta, cómo Brozo siempre se ha acompañado con integrantes con quien dialogar los diferentes temas de interés periodístico en general y su discurso sólo se actualiza al contexto social.

Para hacer la revisión de los programas de Brozo, lo que hicimos fueron las siguientes tablas para cada programa y en cada tabla se explica el para qué sirve:

<b>Texto</b>	<b>Enunciador</b>	<b>De quién o de qué se habla. Tema</b>	<b>Qué es lo que se dice</b>	<b>Cómo se habla</b>	<b>Verbalizaciones</b>
Discurso de Brozo, o algún integrante del programa.	Quien habla o interpela.	A quién se habla: persona o institución. Cuál es el Tema.	Qué dice el enunciador sobre un tema o un personaje.	Se analiza si se habla bien o mal, o se burla o cómo se habla de ese tema o personaje.	Calificación de las verbalizaciones que utiliza el enunciador, cotidiano, popular o soez.

Después de llenar la tabla transcribiendo lo que Brozo decía, fuimos analizando más a fondo el cómo se expresaba y al expresarse se identificaba el conocimiento que tiene del tema. Y como sabemos según Bourdieu, para conocer y hablar sobre un tema es porque se tiene los capitales del mismo. Como por ejemplo, Brozo habla mucho de política, y esto lo ha logrado al paso de los años y al interés que ha tenido para informarse y conocer del tema, con entrevistas, con lecturas y con analistas que lo han retroalimentado, es por eso que ha tomado importancia en la televisión.

En el siguiente capítulo retomaremos parte de nuestra técnica y el cómo fuimos llegando a las conclusiones del análisis de discurso de Brozo.

#### **4 Una interpretación y reinterpretación del discurso de Brozo.**

Una vez comentado aspectos teóricos de la comunicación en el capítulo uno, con los conceptos de cultura, forma simbólica, comunicación de John B. Thompson, el concepto de habitus y los capitales de Pierre Bourdieu. Después en el capítulo dos vimos la historia de la televisión en México, que casi va de la mano con los noticiarios, hasta llegar a la historia de Brozo y **El Mañanero**. Siendo éste nuestro objeto de estudio y cómo el personaje de Brozo se ha construido a través de la historia y ha ido ganado capitales culturales, políticos y económicos para poder jugar como un informador.

Brozo va siendo parte de la cultura de los noticiarios en México, Thompson menciona una acepción de cultura como un intercambio comunicativo, “también es una cuestión de acciones y expresiones significativas, de enunciados, símbolos, textos y artefactos de diversos tipos y de sujetos que se expresan por medio de éstos y buscan comprenderse a sí mismos y a los demás mediante la interpretación de las expresiones que producen y reciben.”<sup>71</sup>

En este capítulo reflejaremos en análisis de los capitales que tiene Brozo, conjuntándolo con la teoría y la historia del personaje, esto lo retomaremos de la interpretación del análisis de discurso que se hizo de su programa **El Mañanero**. En esta interpretación y reinterpretación vamos de lo general a lo particular, de la estructura del programa, del qué dice y cómo lo dice, de quién y de qué habla. De alguna manera se trata hacer notar el habitus de Brozo, cómo el payaso entiende las notas y cómo las transmite a sus televidentes, además que hace notar los capitales que posee al hablar de diferentes temas, como la política, deportes y cultura.

---

<sup>71</sup> Thompson, John B., “El concepto de cultura” en *Ideología y Cultura Moderna*, UAM, México, 1999, pp. 188.

#### 4.1 El Discurso de Brozo.

Al revisar los dos programas que se analizaron (uno del año 2004 y otro del 2011) y las secciones donde se decían más notas informativas, nos damos cuenta que Brozo siempre tiene una opinión para cada tema, ya sea en cultura, deporte o política nacional e internacional.

En su programa de 2004, los integrantes de la mesa eran más participativos, de hecho en ocasiones los comentarios de ellos eran más largos que los del mismo Brozo, de alguna manera el payaso sólo remataba. Hay que señalar que los integrantes eran especialistas en un tema. Laura Cors en Cultura y espectáculos, Jorge Méndez, *Cokemon*, en notas internacionales, Jorge Camacho en deportes y Horacio Castellanos en política nacional. Ahora, sólo participan con Brozo el doctor Leopoldo de la Rosa en deportes e información general y Marisa Rivera, de igual forma, en espectáculos e información general, y demás personajes como la *Reata* que no habla.

Brozo con su poder simbólico de titular del programa es quien realiza las entrevistas a sus invitados. De hecho les habla y les pregunta de una manera muy familiar.

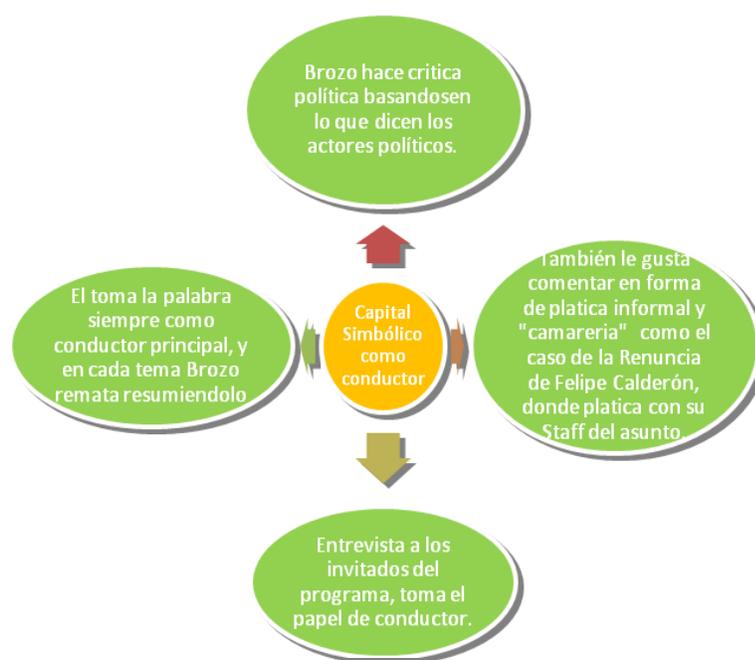
En la investigación, al analizar su discurso, pudimos ver como el payaso utiliza todo tipo de lenguaje para ser escuchado, desde un lenguaje coloquial, pasando por un lenguaje popular utilizando palabras como *wey*, *lana* en lugar de dinero, y hasta un lenguaje soez cuando ya utiliza palabras como *pendejo* o *cabrón*.

Durante estos once años el payaso Brozo ha ido adquiriendo cada vez más capitales para poder seguir en el campo de conductor de un informativo. Realmente a Brozo se le puede explotar con diferentes tipos de investigaciones y puede ser un objeto de estudio mucho más amplio. Espero que esta pequeña investigación nos ayude a conocer un poco más cómo un personaje como Brozo, logra tener un poder simbólico para llamar nuestra atención y nos informe.

Recordemos que según Pierre Bourdieu, el habitus es el producto de un aprendizaje por el cual los diferentes individuos que pertenecen a un campo, lo utilizan para generar, mantener, defender aumentar y optimizar el control y el ejercicio del capital que tienen. En este caso Brozo, quien está en el campo de los comunicadores, toma el control como conductor de noticias y adquiere un estilo para decir y comentar éstas.

Veamos el siguiente esquema que sale después del análisis hecho con la tabla que anteriormente presentamos:

### El Capital Simbólico.

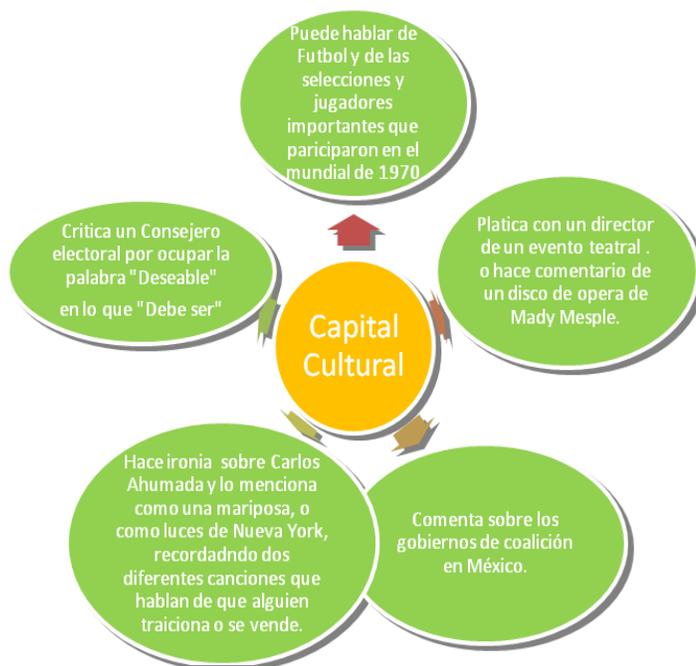


En el capital simbólico, Gilberto Giménez<sup>72</sup> nos dice que consiste en ciertas propiedades impalpables, inefables y cuasi-carismáticas que parecen inherentes a la naturaleza misma del agente. Este capital debe ser reconocido por los demás, y Brozo es reconocido por su público y es tan reconocido que aunque sea intermitente ha durado desde el año dos mil con un informativo en televisión. Recordemos que Brozo ya había empezado en radio desde 1995. De hecho

<sup>72</sup> Gilberto Giménez, La sociología de Pierre Bourdieu. pp. 164.

diferentes personajes del medio de la información o político validan a Brozo como conductor, mencionaré algunos comentarios de personajes de la comunicación y de la política: Javier Solórzano, conductor de noticias comentó que Brozo ha logrado abrir un espacio en relación a la política, a las noticias, a la información a las formas que no tenemos antecedentes en la televisión; José Cárdenas dijo que Brozo es un indiscutible líder de opinión. Los noticiarios formales e institucionales no deben sentir competencia, sino repensar sus planteamientos ante la audiencia para generar interés sin perder seriedad; Jesús Ortega ex presidente del PRD comentaba que Brozo “es un profesional de la comunicación. Naturalmente forma opinión y muy sólida. Me parece mucho más serio que otros comunicadores”; José Cárdenas también opinó que Brozo es un indiscutible líder de opinión”. Leonardo Kourchenco dice que “Brozo no es un comediante, es un personaje creado por un hombre preparado, él ha creado un género y un formato que sorprende a muchos, porque hace opinión pública, genera noticias, hace entrevistas.”<sup>73</sup>

### **El Capital Cultural**



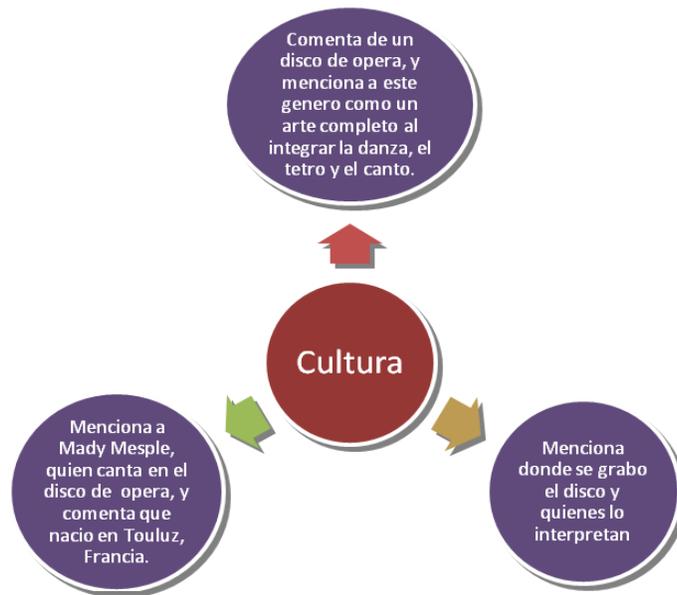
<sup>73</sup> Revista cambio. Año 1. No. 31. del 13 al 19 de enero 2002.pp. 13

El capital Cultural es el aprendizaje adquirido, Brozo con el tiempo se ha hecho de recursos culturales y puede hablar de cualquier tema, esto es gracias al interés que ha mostrado en cada caso, como lo es el deporte, la cultura y la política. Recordemos simplemente que Víctor Trujillo ha viajado por el mundo participado en eventos deportivos, y sus viajes se han dado con personalidades que analizan el deporte o con exdeportistas, esto le ha ayudado a conocer más sobre la materia, además que se nota un gusto por el mismo.

El creador de Brozo, al estar cotidianamente en teatro y ser un actor profesional, participa con este gremio y conoce el ritmo de una obra, sabe de músicos e identifica todo lo que hay alrededor de ello, y por último las noticias, pues es lo que le apasiona y en su espacio como conductor ha entrevistado a personalidades de la política, la cultura y la sociedad, como lo han sido candidatos presidenciales, gobernadores, diputados, representantes de los partidos políticos. En este programa aparecen infinidad de personajes, tan sólo en los dos programas que se analizaron intervinieron muchas personalidades. Brozo le dedica el mayor de tiempo a la política y comentarios políticos, además de haber entrevistado en un programa a un precandidato a una gubernatura, y a un politólogo, al doctor en ciencias políticas Manuel Merino.

A continuación veremos dos esquemas uno de cada uno de los programas que se analizaron, se incluyen para ver como Brozo expresa su capital cultural, este esquema es de una sección del programa del 12 de octubre de 2011, en el cual se ejemplifica su conocimiento del tema e igualmente con el análisis del 01-06-2011.

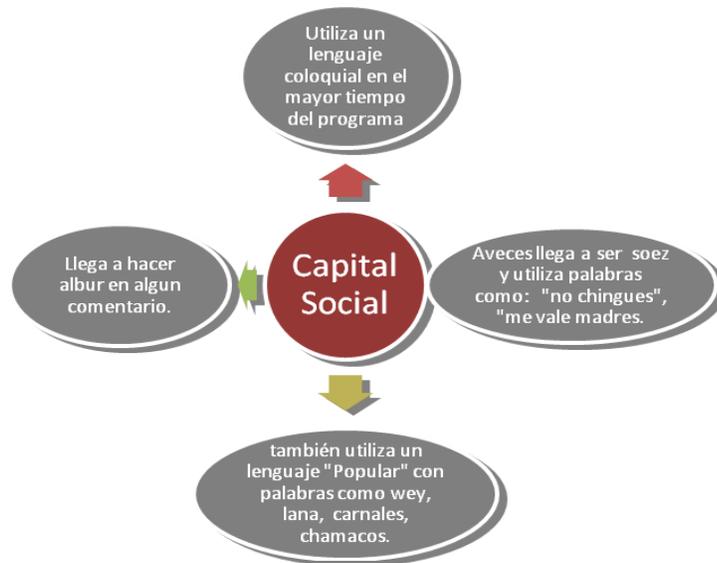
Esquema del 12-10-2004.



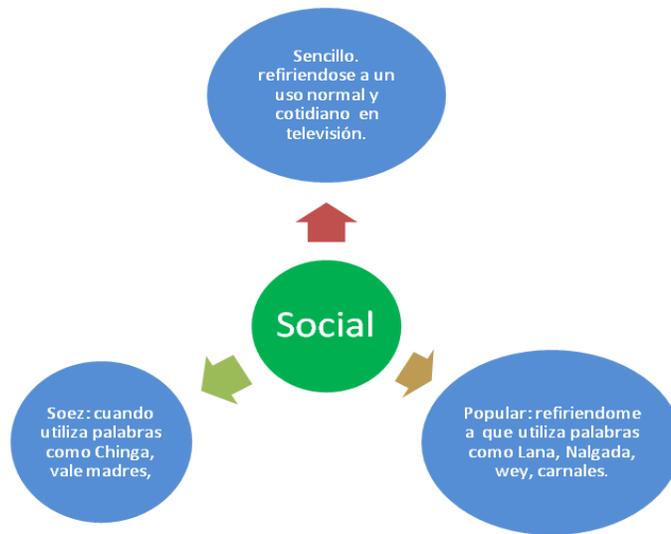
Esquema del 01-06-2004



## En el capital Social



El capital social, o recurso social según Bourdieu, consiste en la capacidad movilizar en provecho propio redes de relaciones sociales más o menos extensas derivadas de la pertenencia a diferentes grupos. Muchos especialistas consideran que Brozo va dirigido a personas de bajo nivel social, por el lenguaje que utiliza, pero para otras personas va dirigido para todo tipo de personas. Un ejemplo de los programas analizados: él mismo comenta a su entrevistado *"Hoy vas hablar con Roberto Madrazo, ¿qué le vas a decir? Oye, Roberto, no la chingues."* O también hablando con el politólogo Mauricio Merino sobre el poder, Brozo menciona "y entonces das un poder que pueda ser perfectible. Porque además ya debería de ver si se pone pendejo lo sacamos". Brozo más que ofender quiere darse a entender o explicarse mejor, es por eso que las palabras altisonantes no son mal vistas en él.



En este esquema se muestra el análisis del tipo de lenguaje que utiliza y con este se infiere el como se logra identificar con su público, al tener un lenguaje popular. El término “discurso popular” hace referencia al lenguaje del pueblo, el cual es un habla específica que contiene expresiones e imágenes populares. Ese tipo de discurso es cercano al pueblo, a la masa de mexicanos promedio, en este caso. Implica el uso de un vocabulario, expresiones y lugares –*topos* retóricos– del pueblo, de la mayoría de la gente. El discurso popular aparece como un evitar el trabajo sobre la forma<sup>74</sup>. Entendemos entonces por discurso popular, aquel que se desarrolla por un lenguaje verbal-expresivo de ciertos signos que poseen, desde el principio de su manifestación, un doble sentido sexual-social y que trabaja desde la *doxa*, como base para su argumentación discursiva. Los noticiarios “informales” y su permanencia en televisión.

Como hemos mencionado, la historia de los noticiarios va de la mano con el nacimiento de la televisión en México, desde el mismo hecho noticioso que se dio la primera transmisión en un informe de gobierno del entonces presidente Miguel Alemán. Éstos se encuentran presentes dentro del conjunto de hechos simbólicos de la sociedad, es decir se encuentran y se desarrollan dentro de la cultura. Brozo y su programa **El Mañanero** representan una forma simbólica, que la sociedad en

<sup>74</sup> Derville, G. (1995), “Les différents rôles du Bébête Show auprès de ses téléspectateur” en *Réseaux*, No. 74, Vol. 74, Paris, Lavoisier.

México ha reconocido durante más de diez años, y yo destacaría que es por su manera de informar o dar las noticias, cómo un payaso alburero y misógino logra entender y explicar las noticias a su manera. Aunque esto no se explicaría en otro contexto social, ya que como él mismo lo dijo en una entrevista para el periódico el Universal en el 2001, que la idea de hacer **El Mañanero** es porque el país estaba cambiando en ese momento, y que había más apertura en los medios de comunicación.

El análisis que vamos a exponer se interpreta a partir de los capitales que posee el personaje, como el lenguaje que utiliza. Todo esto inmiscuido en un contexto histórico y social. J. B. Thompson decía que “el mundo socio-histórico no es solo un campo-objeto que esté allí para ser observado; también es un campo-sujeto constituido, en parte, de sujetos que en el curso rutinario de sus vidas diarias participan constantemente en la comprensión de sí mismos y de los demás, y en la interpretación de las acciones, expresiones y sucesos que ocurren en torno a ellos.”<sup>75</sup>

Hay que tomar en cuenta, desde que surgieron los noticiarios en televisión, se han ido transformando de lo serio, aunque con su pequeña sección de humor, hasta llegar a lo que ahora es **El Mañanero**. Los noticiarios en sus inicios y muchos hasta la fecha son solemnes, refiriéndome como solemne a que los presentadores de las noticias siempre usan traje, hacen pocos comentarios de las notas informativas, el lenguaje que ocupan y su manera de hablar es seria o cuadrada y se limitan a leer noticias. Mientras que Brozo llega como un payaso irreverente a comentarlas, a hablar “*en perro para que la perrada entienda*” como dice él mismo.

Con este tipo de acciones podemos inferir que su público consumidor puede ser desde clase baja. Hablando de consumo, García Canclini menciona que “el consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social.”<sup>76</sup> Los noticiarios generan un valor simbólico y social, entre mayor

---

<sup>75</sup> Thompson, John B. Ideología y cultura moderna. México, UAM Xochimilco, 2ª. Edición. 1998. pp. 399.

<sup>76</sup> García Canclini, Néstor. El Consumo cultural en México. CNCA. Capítulo 1. pp.22.

valor le de la sociedad, mayor es la demanda y habrá diferencias de uso y sobre todo obtención entre clases, en este caso los noticiarios o informativos como es el caso de **El Mañanero**, tienen que producir en sus contenidos formas simbólicas que sean atractivas para que sean consumidas y tengan permanencia en su transmisión, y sobre todo estén por encima de la competencia.

El comentar las noticias se ha convertido en un producto vendible competente, **El Mañanero** es el iniciador de este tipo de noticiarios, ya que después de este programa surgieron otros programas similares, uno de ellos es **Matutino Express**.

En el habitus de una sociedad, como la mexicana, Brozo ha ganado un campo simbólico de Conductor y se ha hecho de capitales culturales, sociales, políticos y económicos. El payaso entró al campo de conductor y juega con sus capitales que en este caso es el conocimiento que demuestra tener en cada campo o tema. En nuestro análisis de discurso pudimos observar como Brozo utiliza sus capitales para hablar los temas de interés, como la política nacional e internacional, la cultura y los espectáculos, o de un hecho noticioso de algún deporte. Brozo hace crítica política basándose en lo que dicen los actores políticos y de ahí retoma su discurso y lo comenta. A veces hace burla y su forma simbólica de Payaso le ayuda a comentar y chasquearse tanto como él quiera, pues el payaso para eso está, para entretener y hacer reír.

El poder constitutivo que se le otorga al lenguaje ordinario reside, no en el lenguaje mismo, sino en el grupo que lo autoriza y lo inviste de autoridad como es en este caso su audiencia.

Por el lenguaje que utiliza, se infiere que su público sea de clase económica baja, o popular, más sin embargo su nivel de análisis y las personalidades con las que participa habitualmente y comentan en su programa, como es el caso de Mauricio Merino, doctor en Ciencias Políticas; Emilio Álvarez Icaza quien fue el presidente de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal; Martha Lamas quien participa en movimientos feministas. Además que ordinariamente se acompaña de diferentes personas de alguna manera especialistas en el tema. Una persona para

deportes, otra para espectáculos y cultura. Esto hace que lo vea una audiencia con mayor nivel socio-cultural que no sea únicamente la clase baja. A principios de esta década, algunos comunicadores, como Carmen Aristegui o Javier Solórzano, han dicho que Brozo se encuentra dentro del Círculo Rojo. Por lo que esto nos da una idea que Brozo y su programa **El Mañanero**, puede ser consumido por todo tipo de público.

Retomemos del capítulo teórico a lo que Bourdieu le llamó “El Campo” y como éste se convierte en capital o recursos, y en el cual lo divide en cuatro puntos:

- 1.- Como recurso Económico
- 2.- Como recurso de naturaleza cultural
- 3.- Como recurso social.
- 4.- Como recurso simbólico.

En la lógica de Bourdieu menciona que se deben de cumplir estas tres bases para entrar al juego. En este aspecto podemos ver que Brozo tiene el poder de jugar y entrar al juego de los comunicadores y comentarista de noticias y sus recursos son los siguientes:

1.- Como recurso Económico, podemos señalar que es un personaje que gracias a su trayectoria se logra cotizar en grandes cantidades, ya que cuando hizo el cambio de Televisora de CNI Canal 40 a Televisa, se mencionó que le dieron dos millones de dólares (algo que nunca se confirmó, pero que Brozo nunca negó).

2.- Su recurso de naturaleza cultural también ha jugado parte importante en Brozo, ya que como recordamos él empezó contando cuentos en la calle y en los cabarets, eso de alguna manera le ha ayudado a tener acercamientos con la gente y con su público. Javier Solórzano menciona que el éxito de Brozo es porque entiende el país donde vive. Recordemos que Brozo antes de salir en Televisión en el año 2000, ya tenía cuatro años comentando noticias por radio Acir en el 1260 de A.M., con un programa que se llamaba **El Mañanero**, y en televisión tenía como antecedente **El Diario de la Noche** en el que salía con Mayra Rojas y en

donde también hacía comentarios de asuntos políticos. Y de alguna manera se mofaba de algunas situaciones, de hecho en ese programa es donde presentó un partido político llamado **EL PRAU** el cual tuvo mucho éxito que hasta el mismo IFE reconoció que mucha gente lo puso el día de las elecciones, ya que en las boletas para votar, existía un espacio para candidatos independientes, fue en 1997 cuando en el Distrito Federal se organizaron las primeras elecciones para Jefe de Gobierno.

3.- Y su recurso social es la forma de hablar. Gracias a su personaje de payaso, con el cual se protege y eso ayuda a jugar con sus invitados, él puede desde alburearlos, hasta hacerles cualquier tipo de pregunta, ya que al identificarse como un payaso de la calle, no entiende a sus entrevistados y quiere que le expliquen bien.

4.- Bourdieu introduce una cuarta especie de capital que le llama simbólico, el cual consiste en las propiedades o cualidades que tiene un sujeto, en este caso Brozo. Gilberto Giménez pone algunos ejemplos como son fama, prestigio, reputación, autoridad, notoriedad, inteligencia. Pero este capital simbólico debe ser reconocido por los demás. “Es decir, son formas de crédito otorgados a unos agentes por otros agentes”. Y en Brozo se comentó debajo del esquema como algunos comunicadores y políticos lo reconocen como conductor y líder de opinión.<sup>77</sup>

Estos cuatro grandes tipos de recursos no sólo constituyen los “intereses en juego” dentro de determinados campos, sino también las condiciones para “entrar en juego” y hacer jugadas rentables dentro de un campo, de modo que se acrecienten los recursos inicialmente comprometidos. Lo que implica todo un trabajo de valorización de los recursos invertidos para obtener beneficios. Por esta razón se da el nombre de capital a los recursos puestos en juego en los diferentes campos: capital económico, capital cultural y capital social (la red de relaciones movilizables). Así mismo, el campo se considera también como un mercado donde

---

<sup>77</sup> Giménez, Gilberto. La sociología de Pierre Bourdieu. pp.164.

tiene curso y se negocia un capital específico. En este caso la información y en mayoría la información política.

## Conclusiones

Como hemos visto, a través de la historia de la televisión los noticiarios han sido parte fundamental en la programación de los canales, y es tal la importancia que le dedican en su mayoría dos horas o más en las mañanas. Aunque no olvidemos que el objetivo principal de la televisión es informar y entretener. Brozo viene a contribuir un poco con la historia de este tipo de productos, gracias a su manera de hacer un programa con información general y con un estilo propio.

Recordemos cómo los noticiarios han ido variando, cuando empezaban los conductores siempre se comportaban de una manera formal, desde la manera de dirigirse a su público, como a los entrevistados o invitados, a lo mejor podían bromear con ellos, pero siempre con un formalismo. Los programas de noticias por la mañana, de alguna manera han sido un poco más “light”, ya que en momentos se han dado tiempo de hacer secciones para presentar poemas como lo fue en el tiempo de Guillermo Ortega, quien tenía como invitada frecuente a Susana Alexander y se ponían a platicar los dos durante aproximadamente 5 minutos sobre temas que no tendrían nada que ver con las noticias.

En algunos otros programas de la mañana también se presentaban artistas para cantar, cómo lo fue el noticiario que también era programa de revista estamos hablando de **Hoy Mismo**. Pero como he destacado en que el presentador utilizaba formalidad para realizar las entrevistas y para presentar todo. Desde el hecho que quien conducía fuera vestido con traje.

Es por eso que quiero destacar cómo Brozo viene a cambiar la manera de decir las noticias, porque aparte de decir las comenta, y lo que se pudiera considerar lo más extraño, es que es un payaso quien está hablando y comentado. Pero este “payaso”, gracias a su creador Víctor Trujillo, ha ido construyendo con el tiempo credibilidad formada de capitales y poder simbólico. Recordemos nuestra pregunta de investigación es **¿cuáles son los capitales que ha desarrollado Brozo para llegar a ser líder de opinión?** La respuesta lo podemos ver a diario dentro del programa **El Mañanero** en el cual Brozo, al emitir sus comentarios de alguna noticia, demuestra los capitales que tiene para hablar de los diferentes temas,

como son política y cultura y con un capital social que lo podemos referir en el cómo habla y se dirige a su público.

Dentro del transcurso de esta investigación vemos que la **hipótesis** se cumple, ya que en el análisis de discurso que hicimos, vemos como Brozo se expresa con conocimiento del tema que esté hablando. Además tiene mucho que ver la manera de expresarlo, es de manera “coloquial” en su forma de hablar y esto hace que su forma de decir noticias sea diferente.

Recordemos también lo que es nuestro **objetivo general**, y en el que nos faltó aplicar otra técnica de investigación para conocer qué dice y cómo califica el público que ve a Brozo. El objetivo se refería a analizar los capitales que se ha desarrollado Brozo para llegar a ser un líder de opinión y cómo lo califica el público que lo ve en televisión.

En general, retomemos lo que ha sido este trabajo, en el capítulo uno donde pudimos retomar de algunos teóricos y conceptos importantes para el análisis de nuestro tema. Una de ellas son las formas simbólicas de J.B. Thompson. Y cómo estas son producidas por un sujeto y como son recibidas por los demás sujetos. O sea el que un payaso como Brozo se dirige con su público (su discurso), y cómo es recibido por las personas que lo ven. Thompson menciona a la forma simbólica como fenómeno cultural. Brozo habla y comenta las noticias a manera de plática informal, para entender el y con él los demás entiendan lo que se está platicando o comentando.

Uno de los temas importantes de la tesis fue el habitus de Brozo, el cómo se comporta un payaso, y el cómo juega como presentador y analista de noticias, gracias a sus capitales que maneja. Aquí se vale hacer la comparación que hace Bourdieu del Juego; en dónde Brozo empieza a jugar dentro del campo de comentarista o conductor de noticias, y éste con los capitales que posee, empieza a hacer jugadas con su discurso para ser aceptado e ir ganado audiencia y el capital simbólico de conductor de noticias.

Hay que destacar qué el éxito de Brozo es que aparte de que es un payaso, es el discurso que ofrece a su audiencia. Utilizando un lenguaje fluido, coloquial y hasta a veces soez. Y esto se justifica el mismo diciendo que Brozo tiene derecho a ser así, pues desde sus inicios ha sido un payaso grotesco.

Como vimos *Brozo* aparece como la figura enunciativa que habla en el lugar de los que no hablan. *Brozo* habla, desde el lenguaje popular, habla como el ciudadano que practica el lenguaje popular: “*Brozo* es como yo”, dirían sus televidentes. Por lo que su permanencia en televisión es gracias a su conocimiento o capitales que posee y como mezcla su conocimiento con el lenguaje.

Para terminar este análisis pudimos ver que Brozo es un personaje que trata de hacer diferente la noticia con el conocimiento que posee. Pero para unas futuras investigaciones del personaje, sería interesante el conocer a fondo qué piensan del personaje y quiénes son las personas que ven a Brozo. El hecho de estudiar la audiencia nos ayudará a comprender un poco más a fondo.

Brozo y **El Mañanero** se encuentra dentro de las tres preferencias de noticiarios, pues la televisión siempre le otorgará información y en este caso también entretenimiento a su público. Le permitirá seguir informado y entretenerse con las ocurrencias del personaje.

## **Bibliografía**

Derville, G. (1995), "Les différents rôles du Bébête Show auprès de ses téléspectateur" en *Réseaux*, No. 74, Vol. 74, Paris, Lavoisier

García Canclini, Néstor. El Consumo cultural en México. CNCA. Capítulo 1

Giménez Gilberto, La sociología de Pierre Bourdieu, Instituto de Investigaciones sociales de la UNAM.

Gomiz, Lorenzo. Teoría del periodismo. Edit. Paidós México. 1997

González Jorge A. "Los frentes culturales: culturas, mapas, poderes y luchas por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida en Mas Cultura (S). Ensayos sobre realidades plurales, México, CONACULTA, 1994.

Lazarsfeld, Paul Felix y Robert Merton, en Moragas Spa. Miguel, 1982.

Leñero Vicente; Marín Carlos, MANUAL DE PERIODISMO. Grijalbo 1996. México DF.

Martín Criado, Enrique, "Habitus". En Román Reyes (Dir): *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales. Terminología Científico-Social*, Tomo 1/2/3/4, Ed. Plaza y Valdés, Madrid-México 2009

Paz Octavio, El Laberinto de la soledad. Fondo de Cultura económica. México DF. 2005.

Pinto Luís. Pierre Bourdieu y la teoría del mundo social. Edit. Siglo XXI, S.A. de C.V. México D.F. 2002.

Rojo Pérez N. La investigación cualitativa. En: Bayarre Veá H, Astraín Rodríguez ME, Díaz Llanes G, Fernández Garrote L, compiladores. La Investigación en Salud. La Habana: MINSAP, ENSAP; 2002.

Rubio, Mondragon, Norma; Primera declaración de la selva lacandona. Análisis discursivo de la identidad de grupo. Acatlán. Edo. de México. 2006. pp.4 (Tesis Lic. Periodismo y Comunicación Colectiva).

Sánchez de Armas Miguel Ángel, Apuntes para una historia de la televisión Mexicana I y II. Coedición de la Revista Mexicana de Comunicación y Televisa. México, D.F. 1999.

Sandoval Casilimas Carlos A. Investigación Cualitativa. ARFO Editores e Impresores Ltda. Diciembre de 2002.

Thompson, John B. Los medios y la modernidad. Una Teoría de los medios de comunicación. Barcelona 1998.

Van Dijk, Teun Adrianus; La noticia como discurso: Comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona-México. Ed. Paidós. 1990.

## **Hemerografía**

Gilberto Giménez . En este punto se retoma el texto de Marx en El 18 brumario de Luis Bonaparte: “Los hombres hacen su propia historia, pero no arbitrariamente y en condiciones elegidas por ellos mismos, sino en condiciones directamente dadas y heredadas del pasado”.

Periódico "ESTO" 25 de mayo de 1997. pp.3 Suplemento dominical

Reguillo Rossana. De la pasión metodológica o de la paradójica posibilidad de la investigación. 2003 ITESO.

Revista "comunicar" Marzo 1997. No. 8. Pp.25-30. Edit. Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación. Andalucía España.

Revista Cambio, año 1, numero 31. 13 al 19 de enero de 2002.

Sandoval Francisco, Periódico EL UNIVERSAL, 23 de mayo de 2001, pp. 1.

Silva Omer, Artículo "El Análisis del Discurso según Van Dijk y los estudios de la comunicación Revista Razón y palabra Mayo 2002 #26.

### **Ciberografía.**

<http://bitacorasdecomunicacion.blogspot.com/2009/03/mass-communications-research.html> Madriz, María Fernanda, Mass Communication research: ¿Todos los gatos son pardos? 1993.

[http://deceyec.ife.org.mx/medios\\_de\\_comunicación\\_y\\_democra.htn](http://deceyec.ife.org.mx/medios_de_comunicación_y_democra.htn)

Esteinou Madrid Javier. Ensayo Medios de comunicación y democracia en México a finales del siglo XX.

[http://f1.grp.yahoo.com/v1/IB-QTjdrBBjbRBHPqel4Wpqp3LmboTzHC4banypJsPK2N6y-ejZPFijBEfok4MfzMOZqJPFJxS9EuU9vBswzZqdJbRTRmgEfnd5w1QO/5%20MODULO%20IV/METODOLOGIA%20CUANTI%20Y%20QUALI/libro\\_Investigacion\\_cualitativa\\_web.pdf](http://f1.grp.yahoo.com/v1/IB-QTjdrBBjbRBHPqel4Wpqp3LmboTzHC4banypJsPK2N6y-ejZPFijBEfok4MfzMOZqJPFJxS9EuU9vBswzZqdJbRTRmgEfnd5w1QO/5%20MODULO%20IV/METODOLOGIA%20CUANTI%20Y%20QUALI/libro_Investigacion_cualitativa_web.pdf) Maite Rodigou y Horacio Paulín. Coloquios de Investigación Cualitativa, Subjetividad y procesos sociales.

<http://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/m4/gimenez.pdf> Giménez Gilberto, “comunicación, cultura e identidad. Reflexiones epistemológicas”. Ponencia presentada en el IV Coloquio Internacional de Cibercultura y Comunidades Emergentes de Conocimiento Local: Discurso y representaciones sociales, abril de 2009.

[http://version.xoc.uam.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=94:el-lenguaje-popular-como-isomorfismo-social&catid=36:otras-versiones&Itemid=44](http://version.xoc.uam.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=94:el-lenguaje-popular-como-isomorfismo-social&catid=36:otras-versiones&Itemid=44)

<http://www.esmas.com/espectaculos/farandula/355697.html> Artículo de abril de 2004, revisado el 5 de mayo de 2011.

<http://www.esmas.com/espectaculos/farandula/355697.html> El 5 de mayo de 2011. Artículo de abril de 2004.

<http://www.etcetera.com.mx/pag30ne11.asp> Texto tomado de en septiembre de 2002.

<http://www.ibad-tenerife.com/filosofia/mci.pdf> Reyes T. Métodos cualitativos de investigación: los grupos focales y el estudio de caso.

[http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/bourdieu01.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/bourdieu01.pdf) Enrique Alonso, Luís. Pierre Bourdieu, el lenguaje y la comunicación: de los mercados lingüísticos a la degradación mediática.

[http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id\\_nota=225698&tabla=report](http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=225698&tabla=report) Entrevista tomada de la pagina de internet en 2004 de la página de El universal online.

## **Entrevistas.**

Entrevista realizada a Álvaro Cueva analista de televisión. Por Cámara Guadarrama Eduardo el 7 de mayo de 2003

Entrevista realizada a Brozo por Cámara Guadarrama Eduardo el 2 de abril de 2003.