



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**Los noticieros televisivos y
la enajenación política en México**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTAN:

**Tania Itzel Chávez de la O
Gonzalo López Campos**

**DIRECTOR DE TESIS:
Gustavo de la Vega Shiota**

Ciudad Universitaria, Ciudad de México. 2016



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Hoy veo cumplido uno de los objetivos más importantes de mi vida, con una gran satisfacción puedo mirar hacia atrás y descubrir el camino que he andado durante varios años para llegar hasta donde estoy ahora.

A pesar de las adversidades he encontrado fuerza en esas personas que me han acompañado, su apoyo ha sido una gran inspiración y me ha impulsado a querer mejorar cada día en mi desarrollo personal.

A mis hermanos Daniel y Estefanía por quererme, cuidarme y acompañarme en este viaje y por compartir conmigo todo lo que son.

A mi tío Rodolfo por ser un gran apoyo, no sólo para mí, sino para toda la familia, siempre con esa gran nobleza que lo caracteriza.

A Itzel por estar todo este tiempo a mi lado, por creer en mí, apoyarme y demostrarme que no sólo con la razón se puede lograr una vida plena, sino con el corazón.

Y por último y la más importante de todas, a ti Mamá, porque tú fuiste la piedra angular de todo esto, simplemente sin ti no sería lo que soy. Tu apoyo, tu cuidado, tu amor y tus atenciones me impulsaron cada día para lograr mis objetivos. Las palabras no me alcanzan para agradecerte. Solo te diré que nunca dejaré de esforzarme para que te sientas orgullosa de mí. Te admiro, te respeto y te amo.

“Magia es creer en ti mismo, si puedes hacer eso, puedes hacer que cualquier cosa ocurra.”

Johann Wolfgang von Goethe.

Y una vez que la tormenta termine, no recordarás cómo lo lograste, cómo sobreviviste. Ni siquiera estarás seguro si la tormenta ha terminado realmente. Pero una cosa sí es segura. Cuando salgas de esa tormenta, no serás la misma persona que entró en ella.

Haruki Murakami

ÍNDICE

Introducción	4
--------------------	---

Capítulo I

Enajenación política a través de la corriente marxista clásica.

1. Contexto histórico de la enajenación	11
2.- Definición de enajenación	14
3. Conceptualización de enajenación política	18
4.- Vínculo entre enajenación y política	23
5.- La enajenación política y los medios de comunicación	27

Capítulo II

Una mirada retrospectiva hacia los medios de comunicación

1.-El uso de la comunicación	31
1.1 La información en el proceso de la comunicación	35
2.- Qué son los medios de comunicación	36
2.1.- Medios de comunicación en México	41
3.- Sociedad contemporánea:	68
• Televisión - Sociedad	72
• Tipos de programación	79

Capítulo III

Escenario actual a partir de la creación de imágenes

1.-Medios de comunicación: Moldeador del entorno político, social y económico	88
2.- Televisión fabricante de información	90
2.1.- Historia de la televisión en México	107

Capítulo IV

Los medios de comunicación y el Gobierno

1.- Construcción de una política mediática	133
2.- La participación política a partir de los medios de comunicación	139
3.- Política mediatizada: nueva forma de gobernar	147

Capítulo V

La pantalla, el soporte de la política mexicana

1.- Conformación del Estado Mexicano	155
2.- Historia del Partido Revolucionario Institucional (PRI)	171
3.- El PRI: un gobierno a través de la pantalla	184
4.- El México de hoy, una aproximación para comprender la actitud del mexicano	192

Capítulo VI

Un gobierno construido sobre los medios de comunicación

1.- La creación de un gobierno mediatizado	199
2.- <i>El decretazo</i>	204
3.- <i>Ley Televisa</i>	210
4.- <i>Ley Telecom</i>	217
5.- <i>Telebancada</i>	221

Capítulo VII

El noticiero como instrumento político

1.- Estructura de un noticiero	226
2.- <i>Agenda Setting</i>	244
3.- Televisa y la creación de un noticiero	248

4.- Incidencia del noticiero en la percepción del contexto político, económico y social	257
---	-----

Entrevistas

5.- Una reflexión acerca de la función social, política y empresarial de los medios de comunicación y sus noticieros.....	260
---	-----

Conclusiones	309
---------------------------	-----

Fuentes de consulta	319
----------------------------------	-----

Introducción

Bien lo decía el autor de las *Venas abiertas de América Latina*, Eduardo Galeano uno de los literatos más importantes de la modernidad; “los medios emputecen las palabras”, frase que bien podría servir para englobar los efectos de los medios de comunicación.

Describir y comprender el comportamiento de enajenación política actual de la población mexicana tiene diversas explicaciones y los factores que la determinan pueden variar depende el contexto social, cultural, económico o político del país.

Los medios llegaron a tomar un papel fundamental en el mundo, sin ellos y sin la globalización es casi imposible tener una noción sobre lo que pasa en otras partes del mundo. La globalización ha ayudado a que las personas no solo puedan obtener datos de otros estados en su país, sino a saber qué pasa en otros continentes.

Los medios de comunicación además de expandirse con la globalización y el desarrollo tecnológico, han traído distintas consecuencias, entre ellas la enajenación, ¿por qué?, debido al gran alcance que tienen los medios; la información transmitida a través de éstos canales toma un significado personal para cada uno de los receptores, lo que incide en las conductas políticas, sociales, ideológicas, entre otras.

A través del tiempo la definición de enajenación se ha transformado, desde su concepción en los inicios del capitalismo hasta la modernidad, el hombre lo ha utilizado para describir ciertas prácticas sociales en distintas épocas.

Los medios de comunicación han ido ganando relevancia en el sector gubernamental y empresarial, esto se ha visto reflejado en la relación gobierno-medios. Los concesionarios se han encargado de ser los portavoces de los actores políticos, económicos —y hasta de sus mismos intereses— en la llamada

sociedad de la información, donde se percibe al ciudadano meramente como consumidor de cualquier tipo de bien o servicio, en este caso de la información o programación.

Pero ¿qué pasa cuando los medios hacen uso de los hechos cotidianos de un país y los emplean para fines propios? ¿realmente la sociedad se encuentra ante un panorama “real” de lo que pasa en el país? ¿de verdad son las noticias la fuente para mantenerse informado? ¿qué pasa si los datos que se presentan ya se encuentran elaborados estratégicamente para hacer creer a la gente lo que se quiere?

¿Es la enajenación y la apatía política una consecuencia de los medios de comunicación? A lo largo de la investigación se hará un breve recorrido histórico acerca de la enajenación, los medios, el gobierno y el contexto en México para saber qué factores determinan las dos condiciones mencionadas.

Con respecto a la enajenación algunos la llaman la enfermedad del siglo, un malestar, un comportamiento que ha ocurrido con el progreso tecnológico y que ha afectado o por lo menos ha incidido en la conducta de la sociedad moderna.

En una población contemporánea llena de avances industriales, políticos, económicos, ideológicos, intelectuales y culturales, caracterizada por vivir dentro de un sistema capitalista desde el siglo XIX. Es el hombre moderno y la enajenación, resultado de elementos de continuidad y rupturas durante un vasto recorrido histórico.

El capitalismo y el advenimiento del neocapitalismo en siglo XX creó nuevos estilos de vida, pensamiento, sociedades y realidades. Se da paso a la formación de un nuevo individuo guiado hacia una desconocida situación social, llamada modernidad.

El ser humano se enfrenta con la conformación de un Estado basado en

estrategias que regulen y expandan sus recursos económicos. Además las labores cotidianas como el trabajo comienzan a ser penetrados por la técnica, el hombre entra a la globalización, proceso de aceleración aplicado en todas las áreas en las que se desarrolla.

Toman mayor fuerza sectores como la informática, telecomunicaciones, biotecnología, robótica, electrónica, entre otras. Un nuevo orden mundial que reestructura completamente el modo en el que se desenvuelve la vida cotidiana.

Diversos autores como Karl Marx, Adam Smith, Federico Engels, Fritz Pappenheim, Adam Schaff, Herbert Marcuse; y escritores contemporáneos mexicanos como Luis Villoro, Jenaro Villamil y Elena Poniatowska han abordado desde sus áreas de estudio las consecuencias que tiene el capitalismo, la información en la era de la globalización, el papel que juegan los medios de comunicación, la enajenación, la respuesta por parte de la sociedad con respecto a los datos difundidos en los medios y cómo el neocapitalismo ha reestructurado la manera en que los individuos se desenvuelven en el contexto.

Para algunos de los autores mencionados; el hombre con el desarrollo industrial se vio envuelto en un estado de enajenación permanente, ya sea en el sentido estrictamente laboral, económico, individual o social, él vive de manera constante bajo un sentido de extrañamiento con el entorno que le rodea.

Y es que desde su nacimiento el ser humano experimenta la enajenación, llega al mundo en un estado de indefensión, necesita de cuidados y atenciones que le permitan desarrollarse y aprender a subsistir por sí mismo. Es únicamente mediante el aprendizaje y la cultura que el sujeto obtiene las herramientas para apropiarse de su contexto.

No obstante el sentimiento de enajenación lo acompaña de manera distinta a través del tiempo, dicho sentir se va profundizando conforme se enfrenta a su entorno social, cultural, ideológico o político; siendo éste último donde tiende a

sentirse más alejado.

Es en este punto donde el tema de la investigación parte, para sumergirse en las raíces del concepto de enajenación, su origen, desarrollo y las consecuencias que tiene socialmente, no sólo desde una perspectiva económica sino desde lo social.

¿Probablemente en este momento te preguntes por qué enajenación en pleno 2016, cuando pareciera ser un tema superado desde la época marxista? La enajenación ha sido retomada un sin fin de ocasiones por distintos escritores, ya sea con una visión economista, filosófica, cultural o social, la enajenación se encuentra presente en nuestros días, viéndolo desde el área social.

El interés por la enajenación surge de ver como los medios de comunicación, en especial la televisión con sus noticieros inciden en la poca o nula participación política que tiene la población mexicana con los asuntos públicos del país. Siendo los noticieros parte importante del bagaje que se tiene hacia los temas locales, nacionales e internacionales.

De esa manera nosotros percatamos la influencia que tienen los datos presentados en los noticieros, cómo enajenan y desarticulan a la sociedad de tal forma que pueden propagar el miedo o paralizar a una comunidad con el contenido.

El objetivo de este trabajo es construir un hilo a través de siete capítulos que engarcen la enajenación y la falta de interés hacia la política, lo que de ella se deriva como producto de la información transmitida a través de los medios de comunicación y del mismo gobierno. Siendo la enajenación resultado de procesos históricos en el país y de una serie de aspectos multifactoriales.

La descripción y entendimiento del comportamiento de enajenación política actual de la población tiene diversas explicaciones y los factores que la determinan pueden variar depende del contexto social, cultural, económico y político del país.

Un recorrido histórico a través de siete capítulos acerca de la enajenación, los medios de comunicación, la historia e importancia de la televisión en México; los nexos entre los distintos gobiernos mexicanos con los medios y la estructuración de los noticieros, como factor de enajenación y falta de interés político de parte de la población, son solo algunos de los temas que se tocarán para entender la enajenación política en México en pleno siglo XXI.

En el primer capítulo se hablará sobre los antecedentes del concepto enajenación desde la perspectiva marxista, los tipos de enajenación y la relación de enajenación política con los medios de comunicación.

En el segundo capítulo se hará una breve descripción y diferenciación entre comunicación, información y medios de comunicación; así como el rol que juegan los medios socialmente.

El tercer capítulo es acerca de cómo los medios de comunicación han sido moldeadores del contexto del país, como la televisión ha ido entretejiendo relaciones con diputados, senadores y hasta presidentes para obtener beneficios empresariales y económicos, dejando a un lado los derechos de las audiencias.

Cuarto capítulo se ahondará en la construcción de la política a través de los medios de comunicación, cómo los datos transmitidos en los noticieros influyen en las actividades sociales y gubernamentales.

Quinto capítulo la televisión como cimiento de un gobierno mediatizado y el panorama general del país para comprender la actitud del mexicano hacia los asuntos públicos.

Sexto capítulo se tocará el tema de las leyes que se han originado, transformado o eliminado para favorecer a los concesionarios de los medios de comunicación, así como la manera en que se han construido distintos gobiernos a partir de la

relación con los medios de comunicación.

Séptimo capítulo se planteará la estrategia comunicativa utilizada en los noticieros para jerarquizar la nota, la *agenda setting*, y la creación de un noticiero en una de las empresas con más historia en el país: Televisa.

Así mismo y con la intención de complementar la investigación se incluyen una serie de entrevistas a personas que se encuentren trabajando en los medios de comunicación, en especial en el área de noticias para analizar la manera en que se catalogan las noticias, saber la manera en que son presentadas al público y de qué forma influyen en la vida cotidiana.

Por otra parte, se hablará de la conformación del Estado Mexicano, la historia de uno de los partidos políticos con más trayectoria en el país (Partido Revolucionario Institucional PRI); las leyes que se han creado, modificado o suprimido para beneficio de los dueños de los medios de comunicación, especialmente en la televisión.

Analizar el proceso histórico del país, comprender el rol de los medios, gobierno y sociedad que genera el sentimiento de apatía o empatía hacia los temas y procesos políticos que afectan directamente la vida cotidiana de los habitantes.

Así mismo la presente investigación reúne elementos que permiten apreciar el desarrollo del Estado Mexicano, no sólo desde una perspectiva histórica, sino con una mirada crítica de su participación en la creación de dichos sistemas de comunicación y la forma en que más tarde serán utilizados como instrumentos del poder.

Este escrito pretende acercar al lector a panorama general de la televisión en México, no sólo para conocer y entender su presente, sino para hacer una valoración de lo que es hoy, cuestionar sus contenidos, sus propósitos y su función en la sociedad.

A través de instrumentos Teórico Conceptuales como la enajenación política, el poder, apatía social, la connivencia, información, educación, entre otros; se busca tener una apreciación lo más cercana posible al problema de la poca participación ciudadana en los asuntos de interés público.

El desarrollo de la investigación plantea la problemática del desinterés social y los factores que llevan al individuo a desconectarse del tema de la política del país, y así determinar si son el Estado y la televisión los principales responsables de esta conducta por parte de la sociedad.

¿Será por medio de los contenidos televisivos y del tratamiento que le dan a la información que el mexicano vive en un estado de enajenación política?

Capítulo I

Enajenación política a través de la corriente marxista clásica

1. Contexto histórico entorno a la enajenación

A lo largo de la historia teóricos como Adam Smith, Karl Marx y Federico Engels, por mencionar algunos, se dieron a la tarea de explicar en sus obras las consecuencias sociales a partir del contexto político, social y económico que se vivía en ese entonces.

De esa manera decidieron darle mayor importancia, desarrollar y explicar algunos aspectos de los procesos económicos y sus consecuencias en el siglo XVIII y XIX, aunque algunos de ellos como Karl Marx le dieron una visión más humanística de lo que se había abordado en obras que le antecedieron.

Los temas centrales que harían de las obras de los autores mencionados un referente bibliográfico fue el desarrollo que le dieron al sistema económico. Adam Smith, conocido como el padre de la economía política, escribió que “la libertad dentro de una sociedad llevaría a la máxima riqueza posible”¹; donde los dueños de las máquinas intentarían obtener el beneficio máximo y además se tendría que crear una división del trabajo.

Aunque su texto no ahondó en la división que desencadenó el capitalismo², ya que su tesis se centró en el proceso de la creación y acumulación de la riqueza proveniente del trabajo de la sociedad; con ello se dio paso a lo que posteriormente Karl Marx expresaría en sus *Manuscritos económico-filosóficos de 1844*, hacer hincapié al problema de la enajenación como efecto del obrero que vende su fuerza de trabajo.

¹ CORBIÉRE, Horacio. *Adam Smith y el capitalismo*. [En línea] Recuperado de: http://www.cointec.com/2003_10_ADAM_SMITH_Y_EL_CAPITALISMO.pdf Consultado el 30-11-14 a las 16:57 p.m.

² Por capitalismo se entiende una forma o modo de reproducción de la vida económica del hombre; es una forma de llevar a cabo aquel conjunto de actividades que está dedicado directa y preferentemente a la producción, circulación y consumo de los bienes producidos.

Adam Smith es un antecedente para entrar en materia de economía, debe aclararse en este punto que el aspecto económico no es el tema principal de este primer capítulo, sin embargo, deben realizarse acotaciones puntuales para lograr entender y comprender bajo qué contexto se desarrolló la definición de enajenación.

En 1844 Karl Marx en sus *Manuscritos económico-filosóficos* planteó por primera vez el problema de la enajenación del hombre, la cual se originó a partir de la propiedad privada y por ende del capitalismo.

Al iniciar su análisis de la enajenación, Marx parte de un hecho económico: la situación del obrero que vende su fuerza de trabajo al capitalista. En esta situación se observa que en la medida en que el obrero da valor con su trabajo a las mercancías que produce, él mismo se desvaloriza, puesto que ha gastado sus energías en producir una cosa que no le pertenece y, además, en un trabajo forzado...³

Marx en su análisis consideró que hay distintos tipos de enajenación, que a pesar de provenir del mismo hecho son diferentes las maneras en las que el individuo las vive.

(...) tres modos de enajenación del obrero: 1) la enajenación del obrero en su producto, 2) la enajenación de la misma actividad productiva (del obrero con respecto a sí mismo) y 3) la enajenación del obrero respecto del género humano.⁴

El origen de la enajenación comienza con la crítica de Marx siendo el capitalismo el factor importante para que dicha condición se de, a partir de ese momento el trabajador siente enajenación, con respecto a su labor. Posteriormente Karl Marx hace una segmentación de los tipos de enajenación.

³ ENRÍQUEZ, Mauricio. *El concepto de "enajenación" en el joven Marx*. [En línea] Recuperado de: <http://agorapoliticafilos.blogspot.mx/2011/04/el-concepto-de-enajenacion-en-el-joven.html> Consultado el 30-11-14 a las 18:49 p.m.

⁴ *Ibíd.* Consultado el 30-11-14 a las 18:49 p.m.

El primer tipo de enajenación hace sentir al sujeto ajeno con el resultado de su trabajo, la mercancía producida es ajena al trabajador, extraña a su ser. Y esto implica también el hecho de que no le pertenezca”.⁵

Aunque el concepto fue acuñado y utilizado para explicar la situación del obrero en una época en especial. El término enajenación sigue estando vigente, no de la misma forma que se utilizó inicialmente, sino para referirse a la relación hombre-medios de comunicación.

⁵ *Op. Cit.* Consultado el 30-11-14 a las 18:49 p.m.

2.- Definición de enajenación

Desde antaño el concepto de enajenación y alienación han sido utilizados por distintos autores de diversas corrientes sociológicas hasta políticas para explicar fenómenos específicos de las sociedades contemporáneas; incluso ambas palabras se llegaban a usar como sinónimo. En esta investigación no se pretende abordar la diferencia entre enajenación y alienación, puesto que ese debate o polémica fue tema de hace varias décadas.

Autores como Fritz Pappenheim escriben que en el curso de la historia la enajenación ha sufrido significativos cambios cualitativos, que su significado actual es muy diferente del que había sido en épocas pasadas (...) El inmenso avance de la ciencia y la tecnología le han ayudado a comprender las fuerzas de la naturaleza en tal medida que ya no está a su merced: ha llegado a dominarlas y ha logrado emplearlas para sus fines.⁶

Para entender el origen del concepto: enajenación, hay que remontarse a autores como Karl Marx, éste por ser el padre del materialismo histórico, del cual se deriva la palabra enajenación. Así como a Fritz Pappenheim, Adam Schaff, Herbert Marcuse, hasta escritores como Luis Villoro, quienes retoman la palabra y la aterrizan a los problemas de la época actual, además de aportar nuevos puntos de análisis para comprender las problemáticas sociales recientes.

Sin el autor de *El Capital* probablemente no existirían tantas obras que hagan referencia al estado por el que atravesaba el hombre a consecuencia de los procesos políticos, sociales, económicos y culturales que se suscitaron en periodos prolongados de la historia del mundo, principalmente en Estados Unidos, desde el origen del capitalismo y las consecuencias y perspectivas que abrió la enajenación.

⁶ PAPPENHEIM, Fritz. *La enajenación del hombre moderno*. 1965, México. Ed. Era. P. 94.

Karl Marx creía en un sistema basado en la producción capitalista de mercancías, “los esfuerzos del hombre por luchar contra su enajenación y por volver a reintegrarse a sí mismo se ven probablemente frustrados y condenados al fracaso” (Fritz, 1995).

Marx se refería a las consecuencias del capitalismo en la vida del obrero; éste nunca sentiría satisfacción por la labor desempeñada, al ser el trabajo una mercancía, las cualidades humanas se desligaban de la persona y en ese momento se sentía completamente ajeno a lo que hacía.

El obrero debe existir como capital sólo mientras exista un capital para utilizarlo a él como tal. La existencia del capital es su existencia; plasma el contenido de su vida, aunque permanece indiferente a ella. El trabajador que está sujeto a este destino difícilmente podrá ser otra cosa que una mercancía en forma humana, un individuo que no se pertenece sino que está enajenado de sí mismo.⁷

Por otra parte los filósofos existencialistas hacían referencia a la enajenación como la condición en la que el ser humano siempre ha estado y permanecido, un ente extraño al mundo que, desde su existencia, lo que le rodea es completamente ajeno para él.

Con el paso del tiempo algunos se empezaron a dar cuenta de la situación de enajenación en la que se encontraban, en ese instante “Una vez que se ha despertado este concepto de la soberanía del individuo en la mente de los hombres, se prepara un nuevo clima: la conciencia de que el anhelo de autorrealización del hombre es frustrado, se convierte en una experiencia aplastante que no podría haber existido en épocas anteriores. En una situación tal

⁷PAPPENHEIM, Fritz. *Op. Cit.* P. 80.

la enajenación (..) ya no es aceptada como un destino inevitable (...) se siente que amenaza y al mismo tiempo reta al individuo".⁸

El literato Fritz Pappenheim en el libro *La enajenación del hombre moderno* describe lo que para él es el inicio de la enajenación; una concepción completamente distinta a la de Marx, enfocada al aspecto social un tanto alejada del ámbito económico.

Hay algo de pavoroso en la condición del hombre cuando éste se ha convertido en un ser extraño a sí mismo, pero es una fatalidad que moldea las vidas de muchos de nosotros [...] Para hacernos valer como individuos nos relacionamos sólo con aquellas fases de la realidad que parecen promover el logro de nuestros objetivos y permanecemos divorciados del resto de ella.⁹

Para Pappenheim considera que el individuo no siente la enajenación como una experiencia inquietante, ya que, mientras se desenvuelve de forma exitosa en el mundo que lo rodea, habita en él una especie de entumecimiento, lo que le hace difícil reconocer que se encuentra en ese estado en el que vive.

Si bien muchas personas no deciden cambiar ese aspecto por el temor al repudio o aislamiento social; ha habido hombres dispuestos a cambiar sus comunidades o su entorno individual. A pesar de su valentía no experimentaron la clase de aislamiento, que con el paso del tiempo, el hombre moderno que decide luchar por mejorar dicha situación padece.

La idea de que la enajenación del hombre no está confinada al período moderno sino que debe entenderse como un destino universal de la existencia humana es hoy día ampliamente aceptada.¹⁰

En este sentido Pappenheim hace una pregunta relevante acerca de si se podrá o no superar la enajenación, él dice que habrá quienes consideren la extrañación

⁸ Ibid.. 94.

⁹ *Op. Cit.* P. 19.

¹⁰ *Op. Cit.* P. 90.

como algo inherente a la existencia de la humanidad y negarán que pueda conquistarla el ser humano, entonces lo que sería mejor es que el sujeto se resigna a su estado en vez de querer soñar que de él dependa el cambio.

Sin embargo, el autor comenta que para él esto no es una respuesta acertada, puesto que el individuo a lo largo de la historia ha experimentado de alguna forma un grado de enajenación, pero antes al no tener un concepto que definiera el extrañamiento hacia su entorno no se consideraba de tal manera.

Por su parte William College hacía referencia a la enajenación, pero en el ámbito él pensaba que la educación carecía de sentido real, que no sólo se refleja en la vida intelectual. Entonces College asevera que la mayoría de nosotros, no somos intelectualmente tolerantes, sino crédulos; escépticos; sino suspicaces; refinados, sino apáticos (...) lo peor de todo es que no sólo no somos entusiastas ni curiosos sino que ni siquiera tenemos interés...¹¹

Pappenheim asevera que las personas, lo mismo que las sociedades, están asediados por profundos temores cuando se enfrentan a la necesidad de un cambio básico, que la mayoría de todos los sujetos prefieren apearse al antaño y bien conocido estado de cosas; en este sentido

...o nos atrevemos a aceptar el riesgo y luchamos por una nueva etapa de la historia humana en la que el hombre, aunque no supere todas las fases de la enajenación, tendrá por lo menos una posibilidad de luchar contra las fases económicas y sociales...¹²

La repercusión de la enajenación, se ha abordado desde distintas áreas, desde lo social y profesional hasta llegar a lo político y medios de comunicación, sólo por mencionar algunos, ya que también se han hecho investigaciones desde la perspectiva psicológica.

¹¹ *Op. Cit.* P. 102.

¹² *Op. Cit.* P. 110.

3.- Conceptualización de enajenación política

El concepto de enajenación se ha empleado a lo largo de la historia para referirse al estado en el que vive el hombre, aunque lo han usado para describir las consecuencias políticas, económicas y culturales; en la actualidad la enajenación ha sido retomada para referirse al efecto que tienen ciertos medios de comunicación en la población.

La enajenación del individuo de la sociedad bajo un especial aspecto: éste rechaza determinados valores y normas de comportamiento, a saber, aquéllos que se refieren a las instituciones y los valores normativos de la acción política en la sociedad. Esto se expresa como huida de la actividad social, ya como rebelión, como lucha revolucionaria contra las instituciones existentes y los valores normativos, con la meta clara de una reestructuración social... pero su enajenación puede ir más allá.¹³

El político Adam Schaff en su obra *La alienación como fenómeno social* escribe que la enajenación es un derecho que poseen todos los sujetos sociales, pero que en el momento en que éste lo transfiere a otro individuo es irrevocable y la obtención le será casi imposible; en este caso lo aterriza al aspecto político.

El hombre al crear instituciones o ideas con el propósito de que éstas le sirvan para sus objetivos en la sociedad; sin embargo poco a poco éstas se desvirtúan porque otras personas se hacen cargo de ellas y entonces los productos del que lo crea se transforma y se convierte en un poder ajeno al ser humano al que se tiene que enfrentar y en vez de ayudar le frustran sus planes, hasta llegar, incluso, a amenazar su existencia e ir en contra de su dominio.

Por lo que Schaff deduce que todos los productos humanos pueden estar sujetos a la enajenación, entre los cuales se encuentra: la enajenación económica, de las instituciones sociopolíticas y de los productos del espíritu.

¹³ SCHAFF, Adam. *La alienación como fenómeno social*. España, Ed. Grijalbo. P. 232.

La enajenación designa la relación entre el hombre y sus diversos productos; ésta consiste en que: el hombre crea las cosas (...) instituciones, etc. Existentes pensando en la satisfacción de determinadas necesidades sociales y tendiendo a determinadas metas en relación con aquellas.¹⁴

Para él existe la enajenación objetiva y la subjetiva; ejemplo de la primera son los productos materiales elaborados por la mano del hombre, funcionan como mercancías en un mercado, son independientes de la voluntad e intenciones de sus productores, en casos extremos pueden terminar como un poder enemigo y amenaza la estabilidad e incluso la existencia del sujeto, por lo que desata cierta enajenación.

Entonces el trabajo asalariado es un producto originado por el hombre que al producir capital da origen a un *poder ajeno*, es decir, le es completamente extraño. Sin embargo, la enajenación del trabajo no es la única vertiente del problema, sino que uno de los efectos es que, con el paso del tiempo y en el proceso que se menciona, el hombre se *enajena de sí mismo*. Al primer efecto el autor le llama enajenación objetiva y al segundo enajenación subjetiva.

Hasta aquí se puede entender el primer asunto que mencionaba Schaff acerca de los tres tipos de enajenación que destaca en su libro; el económico, que da paso para poder entender el papel que juegan las instituciones sociopolíticas y todo lo que ello comprende.

Entre las instituciones sociopolíticas, uno de los entes que se encarga de regular a la sociedad moderna y la que ocupa en éste rango el mayor es el Estado, y su relación con las instituciones, así como su valoración y los intereses de clases sociales determinan la importancia que tiene para la población.

No es exclusivo del sujeto sino de la sociedad, puesto que ellas también permanecen frecuentemente inconscientes de las tendencias enajenantes, hecho que se ha ilustrado por la historia de la misma palabra *enajenación*.

¹⁴ *Op. Cit.* P. 143.

La explicación que se le da a esto, es que los seres humanos tienen que aprender constantemente que son objetos y no sujetos; nada es su derecho, todo es a merced gubernamental, viéndolo desde una perspectiva meramente política.

De ahí la profunda conciencia del abismo existente entre la sociedad y las corporaciones gubernamentales que se elegían y que con el paso del tiempo se convertían en instituciones completamente ajenas al individuo.

Entonces los líderes políticos al estar conscientes de esa distancia procuran superarla, tratan de establecer relaciones un poco más estrechas con los gobernados al mostrarse como luchadores de las mismas causas, en consecuencia hacen esfuerzos por crear asuntos que supuestamente surgen de las mismas necesidades e intereses del pueblo. Sin embargo, las personas tardan, en ocasiones, bastante tiempo en reconocer como asunto que les preocupa realmente a ellos como comunidad.

Aunque muchos de quienes profesan un interés en la causa del pueblo en realidad estén divorciados de él y lo usen solamente para sus propios fines y carreras políticas, no debemos ignorar a los muchos que se dedican a las luchas políticas porque se identifican con la suerte de sus semejantes.¹⁵

Pappenheim cita al escritor Malcolm Cowley, es éste quien refleja la situación contemporánea del ser humano con respecto a su papel como sujeto y como parte de los problemas políticos que le deberían aquejar por ser parte de un país, donde tiene la obligación de preocuparse y ocuparse por las dificultades que en determinado momento conciernen al Estado y sociedad.

Su pensamiento plasmó de manera clara la situación del hombre contemporáneo, él decía sentir una separación creciente entre su existencia como individuo y como ciudadano, se veía impotente para poder conjugar esos dos papeles que le

¹⁵PAPPENHEIM, Fritz. *Op. Cit.* P. 45.

correspondían por derecho, sin embargo no exigía, pues llegó a ver como partes separadas de su vida y a menudo éstas dos se mantenían en pugna.

De la conciencia que hace el hombre acerca de la profunda separación entre la comunidad política y la población, es que prevalece la enajenación y *cesa la conciencia cívica de ser una fuerza real; aunque no desaparece del todo, el civismo es una especie de idea tardía en los individuos que persiguen con éxito sus intereses privados*¹⁶. Es así como con el paso del tiempo todos los factores que envuelven al ser humano conllevan a la pérdida de la conciencia cívica.

Lo que resulta en una desintegración de la moral pública y es en ese momento donde la comunidad política se desangra, las preocupaciones sinceras por el bienestar y sus necesidades se desvanecen.

Es cierto que la enajenación provocada por tendencias políticas es un proceso que se ha ido desarrollando durante mucho tiempo. No comenzó en nuestro actual período, pero sus manifestaciones se han hecho tan evidentes y tan difundidas que ahora nos damos cuenta de ella con mayor claridad.¹⁷

Es en esa etapa cuando el temor al castigo, ridiculizado a menudo por ser exhibido como un cobarde o afeminado, “se convierte en la única fuerza capaz de mantener las apariencias de una sociedad respetuosa de sus leyes (Schaff, 1979)”. Es así como la enajenación del individuo habrá contribuido aún más al nacimiento del estado falto de ley dentro de su colectividad política.

Un número importante de personas a lo largo de la historia fueron y son incapaces de reconciliar sus papeles, tanto de individuos como de ciudadanos, desafían a las leyes abiertamente o se acatan a éstas no por respeto verdadero sino por temor al castigo.

¹⁶ Ibid.

¹⁷ PAPPENHEIM, Fritz. *Op. Cit.* P. 51.

Cuando presenciamos todas esas tendencias a que la enajenación del hombre de su comunidad política ha conducido, podemos ser fácilmente embargados por sentimientos de tristeza acerca del presente y de desesperanza por el futuro.¹⁸

Pappenheim escribe: muchos autores ven desde una perspectiva pesimista la enajenación y a partir de ello se relaciona con una visión sombría el futuro, pero también existen aquellos, quienes observaban esta situación como algo que tiene solución. No obstante nada probaba que la enajenación del hombre fuera consecuencia del gobierno.

¹⁸ *Op. Cit.* P. 53.

4.- Vínculo entre enajenación y política

La exposición de los siguientes párrafos será en relación de cómo aborda Schaff al Estado con respecto a la teoría de la enajenación y al problema de la burocracia que se encuentra estrechamente relacionados.

El hombre no imaginó que sus productos podían volcarse en contra de ellos y heredar un poder que con el paso del tiempo se le quitaría y del cual se le excluiría. Entonces, el Estado es una institución que surge de la sociedad (aunque con el paso del tiempo éste se aparte completamente de la sociedad). El Estado empieza y termina en la clase dominante y sirve para forzar con violencia la obediencia de las clases oprimidas y explotadas.

Posteriormente Engels desarrolló el concepto de *poder*, que si bien no corresponde como tal al tema que se toca y no se ahondará en él, es clave para entender el concepto de enajenación y el porqué de las consecuencias de ésta. Pues al Estado le es concedido el poder desde la población y éste se lo quita, poco a poco se pone por encima de ellos y se le enajena más y más al hombre: a partir de ello las funciones políticas se derogan y *se transforman en funciones simplemente administrativas*¹⁹.

El estado no es, pues, en ningún caso un poder impuesto a la a sociedad desde afuera (..) es más bien un producto de la sociedad en una determinada etapa de su desarrollo; es la confesión de que esta sociedad se ha enredado en una insoluble contradicción consigo misma (..) y este poder surgido de la sociedad pero que se sitúa sobre ella, que se le va enajenando cada vez más y más, es el estado.²⁰

A parte del Estado como un ente extraño al individuo, se encuentra la burocracia, la cual se desprende del primero y toma más fuerza al encontrarse respaldado por

¹⁹ SCHAFF, Adam. *La alienación como fenómeno social*. España, Ed. Grijalbo P.159.

²⁰Ibíd. P.153.

una institución con poder ante la sociedad. La burocracia es definida de la siguiente manera:

Poder de los funcionarios, influencia del poder de los funcionarios sobre los asuntos del estado; 2) fría rutina en el cumplimiento de las tareas oficiales; 3) la totalidad de los funcionarios en oficinas del gobierno. ²¹

Schaff asevera que la mayoría de las personas entiende o asocia la burocracia con el incumplimiento burocrático de las tareas oficiales, lo que no tiene necesariamente que entenderse sólo como una “fría rutina”, sino también como una innecesaria demora de los casos, incompetencia para resolver asuntos que aquejan a los individuos, entre otras.

Así la burocracia se convierte en un poder totalmente enajenado, “en un poder, por tanto, que no sólo se independiza frente a quienes le han dado origen” (Schaff, 1969) sino que se afronta a ellos y se demuestra enemigo a sus intereses, es entonces cuando se comprende el término burocracia como “dominio de los funcionarios”.

Weber hace alusión al sistema de administración burocrática como un producto de la evolución social y por tanto técnicamente debería ser efectivo para la sociedad, todo lo contrario a lo que se entiende por burocracia actualmente.

Las ideas principales de dicho concepto para Max Weber eran que un funcionario debía estar encadenado con toda su existencia material al aparato del cual es un minúsculo elemento, donde las actividades que desempeña estaban determinadas por un mecanismo en el cual se tenía como propósito el funcionamiento y persistencia del dominio burocrático, de esa manera se podría llegar más fácil a obtener un nuevo poder.

Weber subraya esta vertiente del problema que nos resulta muy conocida en todos los sistemas sociales, y hace notar que la burocracia fortalece conscientemente su

²¹Ibid. P.162.

poder rodeando sus conocimientos especializados con el velo del misterio, dejando de lado a la opinión pública y asilándose de la sociedad.²²

Otro ámbito en el que permea de forma clara la burocracia es en los partidos políticos; Weber también alude a este problema al escribir que todos ellos se han transformado con la progresiva racionalización de la técnica de la lucha electoral, y que su poder se desprende en primer lugar de la cualidad que tienen las organizaciones burocráticas para organizarse.

Pero no termina ahí, finalmente Michels Bujarin afirma que la clase dominante gobierna por terceros que se encuentran en su partido, y éstos por medio de sus dirigentes, es así como la clase y los partidos tienen sus cuadros directivos y esto seguirá en existencia con los años debido a la organización que tienen.

La enajenación va mucho más allá del aspecto económico, del trabajo, del mismo hombre, es la relación de distintos aspectos creados por el ser humano a través de la historia y que, posteriormente, le será más difícil poder lidiar con ello, no sentirse extraño, ajeno.

Para el filósofo marxista Adam Schaff existen diferentes tipos de enajenación; además, recalca que para él la enajenación provocada por el trabajo no es el único problema que hay en el proceso de una labor, el otro es lo que representa en sí la enajenación en el trabajo mismo.

Schaff hace referencia a distintos tipos de enajenación (económica, de las instituciones socio políticas y religiosas) las cuáles entran en la categoría de enajenación objetiva.

Mientras que la enajenación subjetiva, es cuando el ser humano se enajena de sí mismo y de la sociedad, cabe señalar que se puede ser extraño a los que te rodean, pero no al propio yo del hombre.

²²Ibid. P.164.

El ser humano en el condicionamiento social en el que se encuentra, pierde *objetivamente* el control sobre la forma de funcionamiento de sus productos, de manera que siente amenazada su existencia y cree que el colapso del sistema de valores y normas puede derivar en un caos, mientras más ajeno a él podrían ser más severas las consecuencias. Como menciona el autor de *El Capital* todo lo que el hombre creó para benefició propio se alza frente a él como una serie de objetos enemigos.

Cuando el hombre se siente y asume como un ente extraño ante su entorno, la enajenación política es *cargada en la cuenta del individuo* y como efecto de ello aparece la imagen del ciudadano feliz e integrado, de esa manera el individuo se logra caracterizar.

Al decir enajenación política estamos pensando en las personas enajenadas a la vida política de la sociedad(...) Hablamos pues de sentimientos, actitudes (en el sentido de disposición por actuar) y acciones de los individuos a quienes los problemas políticos... les son ajenos... hablamos de personas a las cuales estos problemas políticos les son ajenos (...)²³

Finalmente la enajenación política se deriva por varios factores, entre ellos que los sujetos, en ocasiones, niegan la base del sistema o pretenden conseguir estar dentro del mismo y, finalmente, lograr objetivos políticos contrarios; éstas personas se encuentran comprometidos políticamente y al mismo tiempo enajenados precisamente por la condición políticamente dominante en la que se encuentran.

²³SCHAFF, Adam. *Op. Cit.* P. 226.

5.- La enajenación política y los medios de comunicación

El individuo que se encuentra políticamente enajenado, también lo está de la sociedad, escribe Schaff: es intrínsecamente esto se traslada a todas las demás expresiones de la vida social.

De acuerdo al escritor Robert Merton existen dos tipos de personas enajenadas políticamente, el primer concepto que utiliza es el de *fuga*, en éste las personas deciden quedarse inmunes ante los problemas políticos en general; mientras que en el segundo término *rebelión*, se rechaza una manera determinada de la vida política y se niega a participar en cualquiera de sus términos, *pero no en el sentido de una negación absoluta de la política, puesto que acompaña esta negación con el compromiso consciente en favor de otra política que sea el paso a la destrucción de las estructuras existentes*²⁴.

Pero, ¿de dónde podría proceder la enajenación política? Se pregunta Schaff, *si a alguien le son ajenas las manifestaciones de la vida política, de la sociedad, si ha perdido la sensación de participar en ellas.*

(...) las motivaciones de esta persona, que considera como sin importancia para sí mismo y para la comunidad que las cosas se decidan así o de otra manera (...) porque el individuo aislado se siente impotente frente al curso de los acontecimientos que se desarrollan con independencia de lo que él haga o deje de hacer (quién quiera que resulte elegido, van hacer de todas maneras lo que quieran, no vale la pena participar en el trabajo de los partidos o instituciones políticas, de todas maneras uno no puede influir en el curso de los acontecimientos...²⁵

La explicación a la enajenación podría estar resuelta con lo que escribió Schaff, puesto que el individuo se siente impotente frente a las situaciones sociales y políticas de su entorno y por ello cualquier tipo de intervención se le hace una pérdida por lo que terminan siendo *escapistas*.

²⁴ SCHAFF, Adam. *Op. Cit.* P. 228.

²⁵ *Ibíd.* P.229.

La enajenación política, es decir la apatía política, incluso el cinismo político, bate todos los récords precisamente en aquellos sistemas en los cuales las decisiones son impuestas desde arriba a la gente, potenciando con ello el sentimiento de su impotencia y de la carencia de sentido de conducta.²⁶

Un factor de la enajenación política es la convicción que tienen las personas con respecto a la política; sobre que es un *asunto sucio* debido a que los funcionarios que se hallan al mando de ésta son corruptos, se encuentran ahí para lograr fines personales. Además de que la gente está tan acostumbrada a levantar sólo la mano para votar y que todo lo que les aqueja sea resuelto a partir de esa acción.

En cuanto a la relevancia de los medios de comunicación como incidentes en la vida político social del ser humano, Romano Guardini y Gunther Anders subrayaban la tortuosidad con la que se encontraba el hombre moderno cuando afrontaba su realidad.

...debido a la radio y a la televisión, los acontecimientos vienen a nosotros, no nosotros a ellos. Muestra que el mundo que se nos presenta en casa mientras estamos sentados en nuestras sillas, es un mundo al que miramos y al que aceptamos pero al cual no hacemos nuestro, de modo que, escuchando y mirando subrepticamente, gobernamos un mundo fantasma.²⁷

Guardini y Anders describen que las tendencias en la vida recreativa han sido, en parte, aumentadas e intensificadas por la radio y televisión, aunque no fueron iniciadas por éstos; es decir, los medios de comunicación son mera tecnología adaptada a las necesidades de las personas. Son las compañías que se encuentran a cargo de éstos quienes tienen un papel fundamental en los medios.

La tecnología puede ser utilizada ya sea con buenos o malos propósitos. El lente de una cámara puede ser usado para captar el deslizamiento sereno de un arroyo

²⁶ Ibid. P.231.

²⁷PAPPENHEIM, Fritz. *La enajenación... Op. Cit.*, P. 87.

que atraviesa un valle... la máquina es éticamente neutral y que las fuerzas latentes de la tecnología pueden ser activadas para el bien o para mal.²⁸

La enajenación fue dejada atrás y los estudios entorno a ésta fueron cada vez más obsoletos en un mundo que se transformaba inexorablemente y de manera tan rápida que dejaba a un lado el proceso de extrañamiento del hombre, pues las preocupaciones del ser humano ya no se centraban en las consecuencias que causaba el trabajo y todo lo que significaba, sino en el uso de las nuevas tecnologías y su dominio.

La modernización cambió la manera de ver el mundo, ya no se veía a la enajenación como un problema que afectará a la sociedad y mucho menos importaban las consecuencias de ésta.

Si bien, algunos intelectuales han volcado la mirada hacía el pasado para tratar de explicar fenómenos sociales al abordar el concepto, ya no se ha hecho por desarrollar y emprender una nueva investigación donde el extrañamiento que se genera hoy en día a partir de la relación que tiene el individuo con los medios de comunicación o con otras herramientas creadas de igual manera por la mano del hombre trasciendan el ámbito de la comunicación.

Se ha dicho mucho sobre los efectos que producen los medios en los espectadores o lectores, también es bien sabido que no son receptores pasivos que aunque el medio tenga una alta penetración en la sociedad eso no da pie para pensar que la gente se deja llevar por lo que se informa a través de dichos canales de comunicación.

Sin embargo, el extrañamiento es un estado del que las personas nunca están exentas y es que con tantas herramientas proporcionadas gracias al avance de las tecnologías, la enajenación parece estar más presente que nunca en el

²⁸Ibíd. P.89.

contexto social y político en el que se encuentra la sociedad, es una enajenación como consecuencia de la avanzada tecnología.

Capítulo II

Una mirada retrospectiva hacia los medios de comunicación

1.- El uso de la Comunicación

Antaño se pensaba que la comunicación y la transmisión de la información eran dos esferas que abarcaban el mismo significado, donde las personas interactuaban con un fin, sin embargo, con el paso de los años y de las investigaciones que se llevaron en torno a éstos dos conceptos se logró definir cada una de ellas.

Desde tiempos remotos los seres humanos necesitaron comunicarse con sus semejantes para poder intercambiar información, es por ello, que el lenguaje verbal fue uno de los instrumentos más importantes que ha tenido el hombre durante toda la historia; es así como nace la comunicación, siendo una de las aptitudes del hombre más antiguas.

Se entiende por lenguaje *como un sistema ordenado de signos cuya función social consiste en intercambiar, almacenar y acumular informaciones de distinta naturaleza*²⁹. Sin embargo no quiere decir que todo se reduzca a lenguaje verbal, puesto que la comunicación sirve para muchas más cosas que para el “simple” hecho de enviar y recibir un mensaje.

Etimológicamente la palabra comunicar quiere decir convertir algo en común, es decir *comunicar significa poner o tener alguna cosa en común, sin prejuizar este ‘alguna cosa’ ni las vías utilizadas para su transmisión, ni los individuos, grupos u objetos que participan* en este intercambio comunicativo, afirma el autor Lucien Sfez en el libro “La pantalla ubicua-Televisores, computadoras y otras pantallas” del escritor Diego Levis.

²⁹LEVIS, Diego. *La pantalla ubicua. Televisores, computadoras y otras pantallas*. Ed. La Crujía, 2009. P. 55.

La comunicación es una actividad muy antigua: la aptitud para servirse de la información en la interacción la poseen especies animales que han antecedido al hombre en millones de años (...) La comunicación, por ser una forma de interacción, supone la participación de al menos dos actores.³⁰

La comunicación envuelve elementos inherentes como: emisor, mensaje, canal y receptor, al contar con todos estas piezas se puede decir que se logra el trabajo comunicacional, sólo así el proceso está completo y de esa manera la comunicación cumple su función. En la situación comunicativa los actores pueden ocupar diversas posiciones y en el transcurso del proceso pueden desempeñar funciones distintas.

La comunicación es una acción intrínseca a la esencia misma del ser humano como ser social. Se está en comunidad porque se pone algo en común a través de la comunicación. Comunicar representa el paso de lo individual a lo colectivo y es condición fundamental para toda vida social. Y seguramente también para la supervivencia.³¹

Para Manuel Castells el proceso de la comunicación se define por la tecnología de la misma, es decir, las características que tienen los emisores y los receptores de la información, los códigos culturales que comparten, los protocolos de comunicación y el alcance que tiene este proceso.

Castells menciona dos tipos de comunicaciones existentes en su libro *Comunicación y poder*, (2009) la primera es la interpersonal, en la que el transmisor y el destinatario son los sujetos designados de la comunicación, es interactiva, existe una retroalimentación.

Mientras que la segunda, la social es la que llaman *comunicación de masas* y puede, en el menor de los casos ser interactiva (por ejemplo, las personas pueden participar en los programas de radio o de televisión al llamar por teléfono, escribir

³⁰MARTÍN, Serrano Manuel. *Teoría de la comunicación I Epistemología y análisis de la referencia*. P.18.

³¹Ibíd. P. 56.

cartas o por correo electrónico); *no obstante, la comunicación de masas* suele ser predominantemente unidireccional.

El sociólogo menciona que hoy en día con la difusión de Internet, ha iniciado una nueva manera de comunicación interactiva que se caracteriza por la capacidad para *enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto, y con la posibilidad de usar la comunicación punto-a-punto, estando el alcance de su difusión en función de las características de la practica comunicativa perseguida*³².

A dicha forma de comunicación el especialista Manuel Castells llama *autocomunicación de masas, porque potencialmente puede llegar a una audiencia global y es autocomunicación porque uno mismo genera el mensaje, definiendo los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos.*³³

La transformación que se genera día con día con la tecnología permea en el ámbito de la comunicación, pues es un proceso en donde “la expresión de las relaciones sociales, en última instancia de las relaciones de poder subyacen a la evolución del sistema de comunicación multimodal”.³⁴

Aunque en esta investigación la Internet no es un medio que estrictamente atañe, debe hacerse referencia a éste, puesto que en el presente se encuentra tomando relevancia, ha abierto una nueva comunicación como lo menciona Manuel Castells y ha revolucionado el proceso de comunicación.

Se puede decir que la comunicación se está redefiniendo, existe un nuevo campo de la comunicación en la modernidad que se ha estado dando por medio de un “proceso de cambio multidimensional configurado por los conflictos enraizados en la estructura contradictoria de intereses y valores que constituyen la sociedad”³⁵.

³²CASTELLS, Manuel. *Comunicación y poder*. Ed. Alianza, Madrid, 2009. P. 88.

³³Ibíd. P. 88.

³⁴Ibíd. P.90

³⁵ Ibíd. P.91

Es conveniente exponer lo anterior, puesto que las “redes de ordenadores y las telecomunicaciones supieron sacar partido al potencial de la digitalización y el software de código abierto para originar y desarrollar nuevos modos de comunicación interactiva local-global”³⁶; lo que plantea un nuevo reto para los medios que se dedican a la comunicación de masas, como la televisión, la radio y los diarios.

³⁶ *Ibíd.* P.93.

1.1 La información en el proceso de la comunicación

Se debe tener claro cuál es la diferencia entre comunicación e información, que en algún momento podrían llegar a confundir al lector y que, sin embargo, son dos palabras que parecieran referirse a lo mismo, pero que desde la misma se alude a dos aspectos diferentes, si bien van de la mano dentro del proceso de comunicación no equivalen a usarse como sinónimo.

La información se transmite por un instrumento o canal de comunicación, los cuales participan en el proceso comunicativo, éste funciona por medio de un sistema que finalmente hace que la comunicación se realice adecuadamente.

Del proceso comunicativo se desprende el uso de la información, siendo la capacidad que presentan los actores al momento de interactuar verbalmente en determinada situación. “La comunicación sólo es posible cuando concurren todos los componentes”.³⁷

³⁷ *Ibíd.* P. 31.

2.- Medios de comunicación una visión general

La comunicación y la información son dos puntos clave para poder crear y por supuesto desarrollar los medios de comunicación, sin éstos dos no habría la posibilidad de concebirlos.

Los medios de comunicación, inician como una necesidad humana, su origen se remonta a la comunicación de boca en boca. Uno de los antecedentes que se tiene es que los romanos utilizaban actas públicas para dar a conocer los acontecimientos más importantes de la ciudad, se colocaban unos tablones en los muros de la antigua Roma y de esa forma se mantenían al tanto de la información.

Es así como poco a poco se empiezan a conocer las noticias y conforme aumentó la necesidad del hombre por mantenerse informado, se dio pie al primer medio de comunicación de manera impresa gracias a la invención de la imprenta, lo que posteriormente daría vida a los periódicos.

La fama y arraigo de la prensa apenas se vio afectada por la llegada de la radio; no obstante aunque no perjudicó como se creía se tuvo que dar un giro a la manera de dar a conocer las noticias, ya que la radio además de incidir en los cambios de los diarios (en cuanto a la forma en que se tenían que presentar los títulos para atraer más público) se había instalado como un medio que cambió el uso de tiempo libre y representó un vehículo fundamental para la integración social de amplias capas de la población, así lo asevera el autor Diego Levis en su libro *La pantalla ubicua* (2009).

La búsqueda constante del ser humano por satisfacer la necesidad de mantenerse comunicado ha sido, desde siempre el impulso que lo ha llevado a lograr la creación de herramientas que le permitan obtener un proceso comunicativo más veloz.

En ese contexto y con el advenimiento del lento, pero seguro avance de la tecnología llegó el telégrafo gracias a su inventor Samuel Morse, posteriormente el correo postal sería la nueva manera de comunicación local que se expandiría internacionalmente.

Con la ayuda de la tecnología llegó el teléfono, el cine, la radio, la televisión y hasta hace más de una década la expansión de la Internet, éste último ha revolucionado la manera en que se comunican las personas, pues la comunicación a diferencia de la radio y la televisión, es bidireccional.

Nada sería igual después de inventar la televisión, de cierta forma las imágenes transmitidas en ésta aparecerían como una *prolongación natural de lo real*³⁸. No importó que su desarrollo fuese interrumpido durante el conflicto bélico de la Segunda Guerra Mundial, esto no sería obstáculo para provocar la irrupción que desencadenaría en la industria de los medios, el entretenimiento y la vida cotidiana. “Las comunicaciones internacionales entran en una nueva era. El mundo se empequeñece a pasos agigantados y la televisión comienza a hacerse << global >>”.³⁹

Los medios de comunicación han jugado un papel importante dentro de las sociedades a nivel mundial, desde los impresos hasta lo que hoy es la Internet, actualmente son emisores bastante imprescindibles en la vida de las personas; lo que los obliga a tener ética periodística.

Denis Mc Quail define los medios de comunicación masiva como un elemento característico de las sociedades modernas, cuyo desarrollo ha sido proporcional al aumento de las dimensiones y la complejidad de la población mundial y los rápidos cambios sociales.

Para Mc Quail la expresión medios de comunicación masiva comprende a las instituciones y técnicas mediante las que un cierto grupo especializado aplica

³⁸ LEVIS, Diego. *La pantalla ubicua-Televisores, computadoras y otras pantallas*. Ed. La Crujia. P. 76.

³⁹. *Ibíd.* P. 80.

recursos tecnológicos, ya sea prensa, radio, cine, periódicos, entre otros “para difundir contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso, heterogéneo y disperso”.

Los medios masivos se dirigen a públicos amplios (...) consecuencia de su economía y de la aplicación de una tecnología montada para la producción masiva y la difusión global... El público de los medios masivos de comunicación es heterogéneo. Es posible que esto sea la consecuencia de la combinación de dos factores: la existencia de un público numeroso y la tendencia hacia una mayor apertura de acceso.⁴⁰

Se puede decir que el público de los medios son una colectividad característica de la sociedad actual y a la cual, éstos llegan adecuadamente por los puntos que tienen en común todas las personas a las que se dirigen.

La composición varía constantemente y no existe liderazgo ni sentimientos de identidad lo que facilita a los medios no se reclamé por los mensajes impersonales que emiten.

De esa forma los medios logran que una de las consecuencias más importantes se relacionen con el control social que tienen hacia los individuos, puesto que representan *un instrumento más poderoso y flexible para incidir sobre la gente*, debido a la capacidad que tienen de llegar a casi cualquier espacio geográfico de manera omnipresente.⁴¹

A causa de esta capacidad, se desarrollan mecanismos formales e informales para controlar a aquellos que manejan los medios masivos y a quienes intervienen en la selección y redacción del contenido(...) Los medios se hallan sujetos a control no sólo a causa de su posición clave dentro del sistema social, sino también porque, como órganos de comunicación, deben lograr objetivos inmediatos, tales como ganar dinero, satisfacer y atraer al público o proporcionar un servicio público.⁴²

⁴⁰Mc Quail, Denis. *Sociología de los medios masivos de comunicación*. Buenos Aires. Ed. Paidós, 1979. P. 20.

⁴¹Ibíd. P. 20.

⁴²Ibíd. P.27.

Actualmente la periodista Verónica Longo en el artículo “De los medios, la economía y el poder”, describe a *los medios como la vidriera por donde pasan el espectáculo, las mercancías y la política, donde el medio- como instrumento- sirve para propagar y reproducir ideologías diferentes en forma de valores, testimonios, opiniones*⁴³, en el que los mensajes transmitidos han posibilitado con mayor o menor efecto la influencia sobre los sectores sociales.

Los medios de comunicación rompen con el proceso de comunicación, puesto que en ésta se transmite información para obtener retroalimentación. El emisor envía al receptor un mensaje, donde en primera instancia no existe intencionalidad, porque no se hace referencia a un contenido.

...la información deja abierta la posibilidad a que el receptor interprete los significados de acuerdo a su lugar de construcción de la realidad. Además, la transmisión de información no permite el ‘feedback’ como instrumento de ajuste con el otro. Puede existir la retroalimentación, pero sólo como un mero proceso de transmisión de regreso, sin la posibilidad de originar ajustes.⁴⁴

Antonio Pasquali escribe en el contexto en el que se encuentran inmersos hoy algunos medios de comunicación se ven forzados por la realidad económica-política y se han *erigido* como informadores institucionalizados, lo que los lleva a ser meros instrumentos.

Pierre Bourdieu asevera que los medios deben reproducir los hechos y noticias por la simple razón de que su competidor lo hace, menciona que probablemente no lo harían si no existiera el otro medio, pues para saber lo que se tiene que comunicar a través del mensaje se tiene que saber lo que los demás han dicho.

La sociedad mediática es el resultado de la aparición de medios de comunicación, integrados en grandes empresas multinacionales y relacionados

⁴³ LONGO, Verónica. Razón y Palabra. *Medios de comunicación y periodismo: sus tensiones políticas*. Número: 43. [www.razonypalabra.org.mx] Consultado el: 3-2-15. Disponible en: [http://bit.ly/1Ft4jZA].

⁴⁴ NAVARRO, Zamora Lizy. De Lara Bashulto Francisco. *Teoría general de la comunicación. Recorrido histórico*. P. 8.

con el poder político y económico, capaces de influir en los acontecimientos políticos y sociales tanto en el ámbito local como en el global.⁴⁵

A partir de esta exposición se hace evidente que el desarrollo de los medios de comunicación tienen y tendrán importantes y significativas repercusiones en distintos ámbitos de la vida social, cultural y política de una población.

A través de los años se ha visto que con el desarrollo de los medios de comunicación se ha beneficiado, de cierta manera, a la sociedad mundial, puesto que el ser humano, aunque le llega información mediatizada por tintes económicos o políticos se mantiene enterado del contexto.

⁴⁵S/A. *Breve historia de los medios de comunicación*. [http://www.hiru.com] Euskadi. S/E. Consultado el 25-01-15 a las 13:46 p.m. Disponible en: <http://bit.ly/1Bqjnn0>

2.1.- Medios de comunicación en México

En la década de los veinte las clases adineradas disfrutaron de un conjunto de invenciones como el teléfono, el fonógrafo, la radio, el periódico, la televisión, el cine y la Internet; con el paso del tiempo dichos medios se hicieron más populares y comunes entre la población mexicana, forjando el comienzo de una nueva época en la información e importancia que los medios tendrían en la vida político, social, cultural y educativa en la República Mexicana.

Aunque el periódico fue reconocido como el primer medio de comunicación en el país, durante el siglo XVIII, XIX y XX fue el medio más factible para fijar posturas políticas, de ahí que diversos periodistas e inclusive dueños de algunos rotativos, tuvieran que huir debido a las persecuciones por parte de algunos políticos.

El primer diario “Gaceta de México y noticias de Nueva España” fundado en 1722 por Juan Ignacio de Casterona Ursúa y Goyeneche, donde se publicaban informaciones religiosas, oficiales, comerciales y también noticias sobre Europa, desapareció años más tarde y con ello, según Ibarra de Anda, una etapa de la colonia en el periodismo mexicano.

Con el origen del primer rotativo se dio paso a la difusión de los ideales de la política mexicana, como primer acercamiento a los informes de corte político fue el “Diario de México” que se convirtió en un medio para plasmar y transmitir ideas gubernamentales.

Con el paso de los años, aunque el periódico era uno de los medios más importante en el país para mantenerse informado, el 8 de julio de 1976 el rotativo Excélsior, fue el objetivo del gobierno en turno. Julio Scherer junto con unos 250 colaboradores tuvieron que abandonar la editorial. Algunos medios lo narran como *el golpe a Excélsior*, un cierre después de un boicot generado por la suspensión de los espacios publicitarios por parte de los empresarios.

El periódico La Jornada relata en el artículo llamado “El ataque a Excélsior también fue precedido por un boicot” publicado el 30 de junio de 2007 a través de su portal electrónico. Se dice que el *Golpe a Excélsior* fue debido a que los representantes de la iniciativa privada y gobierno se encontraban molestos con la línea editorial impulsada por el periodista Julio Scherer.

Como ya se mencionó el periódico fue uno de los medios más críticos desde su comienzo, aspecto que llevó a varios colaboradores a renunciar, huir del país o a vivir con las constantes amenazas por parte del gobierno.

A la par del siglo XIX y de dichos acontecimientos, el cine llegaba a México, conquistó un numeroso público desde la llegada al país. “Ya había probado ser una atractiva distracción y a la vez un poderoso instrumento propagandístico de los gobernantes. Tanto Díaz como los caudillos revolucionarios se sirvieron del cine para mostrar su imagen y las bondades de su gobierno”.⁴⁶

Para el nacimiento del Partido Nacional Revolucionario (PNR) en 1929, se dio un cambio en la política estatal de la prensa y ésta se utilizó para el proceso corporativo del gobierno, dejaron el cine a un lado como recurso político. Tiempo después a través del control estatal de la producción y distribución de papel que hacía posible la impresión de los diarios, el gobierno tanto de Cárdenas, como de presidentes posteriores, se dieron cuenta que había una manera de influir en los medios, y era a través del papel.

Fue así como *al igual que Calles intimidó al Excélsior, el presidente Alemán se apoderó, por el camino de los conflictos laborales, de un diario, Novedades, que a partir de entonces sería su vocero. Además, durante su gestión protegió indirectamente a su amigo O’Farril con el establecimiento de una estación de televisión.*⁴⁷

⁴⁶ MÁRQUEZ, Graciela. *Nueva Historia general de México*. México, Ed. COLMEX, 2010. P. 615.

⁴⁷BOHMANN, Karin. *Medios de comunicación y sistemas...Op.Cit.P. 77.*

A pesar de que aún no tenían fuerza la radio y televisión, como después la adquirirían en el sexenio de Lázaro Cárdenas, fue en estos años que se consolidó la radio comercial y se iniciaba con los primeros experimentos (que años después) darían paso a la televisión en blanco y negro. Los primeros gobiernos posrevolucionarios ya sabían la importancia política que tenían los medios, en este caso la radio gubernamental y los diarios.

La primera etapa de los medios privados como la prensa y la radio se caracterizó por la fusión de capitales de los dueños de éstos, así como con el “capital bancario e industrial nacional”. Los partidos posrevolucionarios aprovecharon la radiodifusión “como apoyo a sus objetivos políticos para lograr una integración de las masas al sistema”, asevera Karin Bohman.

A principios de los noventa el entonces presidente Plutarco Elías Calles aprovechó problemas internos en uno de los periódicos más influyentes de ese momento: Excélsior para que el Banco de México lo adquiriera y de esa forma el Estado tuviera el control interno del medio de comunicación.

A partir de 1929 tuvo lugar un cambio en la política estatal de prensa. Con la fundación del PNR se utilizó a la prensa para el proceso corporativo del gobierno.⁴⁸

Posteriormente gracias al control de la producción y distribución del papel por parte del Estado, el presidente Lázaro Cárdenas adquirió una mayor influencia sobre los medios impresos, dando como resultado que durante y posteriormente a su sexenio, dicho medio se pusiera del lado y apoyara las políticas por parte de gobierno.

Lázaro Cárdenas consciente de la penetración que tenía el periódico, la radio y televisión, no sólo para efectos gubernamentales sino también para lograr difundir cualquier tipo de temas, decidió establecer que los medios dedicaran 30 minutos a

⁴⁸ Ibid. P.73.

los programas culturales y educativos para la sociedad, para ello estipuló en la Ley de regulación:

Las estaciones de radio y televisión deberían efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta 30 minutos continuos o discontinuados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social (...) Todas las estaciones (...) en el país están obligadas a encadenarse cuando se trate de transmitir informaciones de trascendencia para la nación a juicio de la Secretaría de Gobernación.⁴⁹

Quienes incumplieran dichas leyes serían sancionados con multas severas por parte del gobierno de la República, sin embargo presidencia no contaba con que a la par naciera el Consejo Nacional de Radio y Televisión, el cual se encontraba conformado por empresarios, los cuales deberían de determinar por medio de éste los horarios de emisión de los programas solicitados en el artículo mencionado.

Además Cárdenas aprovechó la radio para difundir por primera vez su mensaje sobre la Expropiación del Petróleo en el país a nivel nacional desde Palacio Nacional en 1938.

Lo citado explica el dominio que ya tenían los concesionarios de los medios comerciales sobre el Estado, finalmente los spots salieron al aire en el horario con menor audiencia por decisión de los que conformaban el Consejo Nacional de Radio y Televisión, se hizo la voluntad de los dueños de los medios de comunicación.

Pero los empresarios no tuvieron de un día para otro todas esas posibilidades. El origen se dio en 1930 a partir de que dos estaciones provocaron el cambio en la política radiofónica del país; además, el Partido Nacional Revolucionario también estableció su propio órgano radiofónico, mientras que Emilio Azcárraga Vidaurreta

⁴⁹Ibid. P.107.

desarrollaba las bases del hasta ahora más influyente imperio privado y comercial de los medios en México: Televisa, escribe Karin Bohmann.

Aunque el presidente Lázaro Cárdenas decretó en la Ley de regulación que se le debía otorgar cierto espacio a programas educativos y culturales, con el aumento de la radio comercial disminuyeron de manera importante las radioemisoras con dicha orientación, de esa manera “la política radiofónica gubernamental podría considerarse contradictoria y carente de un concepto claro”, asegura Karin Bohmann.

Cabe mencionar que las primeras emisoras de radio y televisión iniciaron con apoyo estatal, se dice que el presidente Lázaro Cárdenas puso a disposición del ingeniero Guillermo González Camarena los estudios de la XEFO del PNR para realizar sus experimentos sobre la televisión. Sin embargo, el desarrollo de los medios de comunicación serían debido al capital de empresarios.

En América Latina, México pertenece a los países que disponen de una red de medios de comunicación masiva relativamente amplia y tecnológicamente avanzada (...) De igual manera, los numerosos trabajos de investigación realizados en torno al sistema político y económico de México no han tomado en cuenta el papel que desempeñan los medios de comunicación, lo cual no deja de sorprender en virtud de su importancia en el proceso del desarrollo social.⁵⁰

Eso fue detonante para que el gobierno paulatinamente concediera más y más beneficios a los empresarios de los medios, como lo declaró Castro Leal, quien como diputado se sintió traicionado por el Senado de la República debido a que él había redactado la iniciativa de ley mencionada, Leal dijo:

Los señores senadores -acaso por influencia de las empresas de esos servicios- sustituyeron nuestro texto por las siguientes palabras: “La propaganda comercial

⁵⁰BOHMANN, Karin. *Medios de comunicación... Op. Cit.* P. 15.

deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación.⁵¹

Sin embargo se “desvirtuaron” las metas educativas y culturales a las que pretendía llegar Lázaro Cárdenas. Dos sexenios después con Miguel Alemán Valdés la televisión comercial logró imperar debido a las concesiones hechas. Cabe señalar que para 1930 se cambió el nombre del PNR por Partido de la Revolución Mexicana (PRM) debido a la ruptura entre el general Plutarco Elías Calles y el entonces mandatario Lázaro Cárdenas.

Los industriales de la radio sólo se acordaban de las leyes y de seguirlas cuando se trataba de asuntos empresariales, como por ejemplo conseguir, asegurar y ampliar sus ya existentes privilegios e intereses económicos.

A mediados de los años cuarenta ningún mandatario priista hizo algo para enfrentar a los empresarios, ejemplo de ello fue que las concesiones que se otorgaban nunca favorecieron a las emisoras culturales, sino todo lo contrario.

En la historia de la radio y la televisión mexicanas, el periodo comprendido entre 1945 y 1969 se caracteriza sobre todo por la introducción y el establecimiento de la televisión comercial. Azcárraga redujo su participación en el sector radiofónico y se volcó sobre la televisión, que entonces surgía.⁵²

1945 y 1969 fueron etapas determinantes para los medios de comunicación en México, especialmente para la televisión. En dicho periodo se introdujo y estableció la televisión comercial y por ende Emilio Azcárraga redujo su participación en el sector radiofónico y dedicó todo su tiempo a desarrollar un plan empresarial para su nuevo proyecto: la televisión.

Un antecedente del papel importante que desempeñaba el empresario Azcárraga en los medios, fue cuando en 1940 el ingeniero mexicano Guillermo González

⁵¹Ibíd. P. 108.

⁵² *Op. Cit.* P. 103.

Camarena patentó en el país un adaptador cromoscópico para las televisiones, sin embargo una revista estadounidense le adjudicaría la televisión a color a un norteamericano.

No obstante con el apoyo financiero de Emilio Azcárraga, González Camarena logró conservar el derecho a la patente internacional, expone Bohman en su libro Medios de comunicación y sistemas informáticos en México.

Es así como todos los derechos se concedieron a la *iniciativa privada para su explotación, incluso las frecuencias de su partido político*, actualmente llamado Partido Revolucionario Institucional (PRI), en sus inicios Partido Nacional Revolucionario (PNR), posteriormente Partido de la Revolución Mexicana (PRM).

El emporio de la televisión dio un giro totalmente opuesto al que pretendía el Estado Mexicano, de una televisión con objetivos de difundir programación educativa y cultural se decidió apostar por una comercial.

A pesar de los esfuerzos concentrados por parte del mandatario Alemán Valdés por llevar a cabo proyectos televisivos educativos y tener interés por investigar los contenidos ingleses y norteamericanos para ofrecer mejores opciones a la sociedad mexicana, los empresarios nacionales con más poder adquisitivo, que en ese entonces ya se encontraban inmersos en la industria de los medios de comunicación finalmente lograron presionar e hicieron de la televisión una herramienta para cumplir sus metas económicas.

La influencia norteamericana sobre la televisión mexicana se manifestó, a partir de mediados de los cincuenta, en la estructuración de los programas. La participación porcentual de los programas extranjeros aumentó del 2% (en 1951) al 20% (en 1960) y luego al 37% (en 1965). La creciente importación de series norteamericanas produjo (...) una disminución absoluta en la producción de programas nacionales (...) no sólo eran más baratas que las producciones propias, sino que además estaban ligadas a los ingresos publicitarios.⁵³

⁵³ BOHMANN, Karin. *Medios de comunicación... Op. Cit.* P. 106.

En la década de los cincuenta se marcó el inicio de una etapa entre los medios de comunicación y la política, a partir de este año se pudieron observar las medidas concretas por parte del Estado mexicano para participar en la industria masiva de la comunicación.

El presidente Alemán Valdés en 1947, muchísimo antes de que se diera la primera concesión para dar paso a la televisión comercial, le encargó a González Camarena y al literato Salvador Novo, se ocuparan de enjuiciar de manera crítica los sistemas televisivos existentes en Gran Bretaña y en Norteamérica.

A pesar de éste método para lograr obtener una oferta más adecuada tanto cultural como educativa para la sociedad mexicana no se concretó y el presidente decidió la televisión comercial de acuerdo con el prototipo estadounidense. Para esa época O´Farril se desenvuelve bajo la protección del presidente en turno, Miguel Alemán Valdés, quien en 1950 sería un impulsor de la televisión.⁵⁴

La primera concesión televisiva nacional la adquirió Rómulo O´Farril y dio origen al canal 4 (XHTV-TV). Posteriormente el empresario Emilio Azcárraga Vidaurreta quien también pidió una licencia y logró obtenerla medio año más tarde, con ello inició el canal 2 (XEW-TV). En 1950 O´Farril recibió el primer permiso para transmitir por canal 4, XHTV, y su emisión inaugural consistió en el informe presidencial de su amigo Miguel Alemán...⁵⁵

Durante 1950 el Estado dejó el desarrollo de los medios de comunicación en manos de los concesionarios privados, el presidente Miguel Alemán durante su etapa en el poder apoyó el desarrollo comercial de la televisión por motivos personales, que se reflejó cuando emitió una jurisprudencia donde decretaba lineamientos meramente del área técnica y no de contenido.

⁵⁴TOUSSAINT, Florence. *Televisión sin fronteras*. Ed. Siglo XXI, México, 1998. P. 81

⁵⁵ *Ibíd.* P. 81

Fue el gobierno del PRI, en manos de Miguel Alemán, quien otorgó los primeros permisos para transmitir televisión en México y entre ellos uno fue otorgado a Emilio Azcárraga Vidaurreta para hacerlo canal 2, que hasta la fecha lleva el indicativo de XEW como su pionera estación radiofónica. Así el 1º de septiembre de 1950 se inician las transmisiones de la televisión en México con el informa de Gobierno del Presidente Alemán.⁵⁶

Los historiadores Ariel Rodríguez Kuri y Renato González Mello, en el apartado “El fracaso del éxito”, aluden que en México durante el siglo XX, donde aún predominaba un sistema de partido político hegemónico, el cuál *monopolizaba* las representaciones políticas (particularmente los puestos de elección) y las otras representaciones: las que corresponden a la imaginación e incluyen las explicaciones o imágenes acerca de la sociedad, la cultura, el mundo y la política, por medio de la radio y la televisión.

Entre la información que dichos historiadores destacan en el libro *Nueva Historia General de México* escriben que la hegemonía cultural que propician los llamados ‘medios masivos de comunicación’ (televisión, radio y prensa industrial) crece de la mano del esplendor priista. Recorre la cultura popular y las balbucientes certidumbres de las clases medias urbanas.

El peso que se le confería a los contenidos norteamericanos para reproducirlos en la televisión nacional tuvo su máxima expresión en los años cincuenta, ejemplo de ello es la intervención de los programas extranjeros que de transmitirse en un 2% (en 1951) para 1965 ya había llegado al 37%, incluso este aumento hizo que disminuyera la producción nacional.

La adquisición de programas extranjeros, en su mayoría proveniente de Estados Unidos, tiene una explicación, el rating que se obtenía con la transmisión de éstos era favorable y con ello los anunciantes aumentaban en la cartera de clientes que tenía Telesistema Mexicano.

⁵⁶ ZETA, Heinz. *Televisa, el PRI y la historia de México*. SDP Noticias.[www.sdpnoticias.com] Consultado el 23-2-15
Disponible en:[<http://bit.ly/1ElriSs>] 15-8-13.

Ya puesto en marcha las dos estaciones televisivas comerciales (canal 4 y 2), en 1954 González Camarena asentó canal 5 (XHGC-TV); tiempo después se fusionaría con canal 2 y 4 para crear Telesistema Mexicano y en la misma temporada establecieron la sociedad: Teleprogramas de México (TPM); con el fin de realizar exportaciones de entretenimiento a otros países latinoamericanos; gracias al éxito que obtuvieron Telesistema comenzó a asociarse con canales de provincia.

Fue hasta 1958 cuando la televisión comercial dio frutos y canales como el 11 del Instituto Politécnico Nacional debido a su bajo presupuesto, comparado con el de Telesistema Mexicano no pudo convertirse en una alternativa frente a la empresa liderada por Emilio Azcárraga Vidaurreta.

En ese mismo año el mandatario Adolfo López Mateos intentó regresar el tiempo, para lograr obtener nuevamente el poder sobre los medios de comunicación existentes con la proclamación de nuevas leyes, pero ya era tarde, puesto que existían más causas para que predominará la televisión comercial por arriba de la cultural y educativa.

Una intervención estatal en la radio y televisión comercial no sólo habría significado posiblemente mayor pérdida de ganancias para esta rama industrial, sino que también podría haber llevado a un potencial retroceso en las ventas entre los clientes comerciales nacionales y extranjeros. No obstante, la política comercial debía garantizar precisamente un desarrollo industrial tan carente de conflictos como fuera posible. Programas de entretenimiento y comerciales positivos son mucho más apropiados para el perfecto desarrollo de las relaciones de reproducción que programas culturales e informativos de carácter crítico.⁵⁷

Los gobernantes hasta esa época ya no podían utilizar los medios de comunicación como se estipuló en un principio, y por ende, el mandatario López Mateos por medio de la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960 de manera

⁵⁷BOHMANN, Karin. *Medios de comunicación... Op. Cit.*P. 110.

cautelosa tuvo que crear una oportunidad para poder utilizar nuevamente los tiempos de transmisión de las estaciones en manos de los empresarios, tanto de la radio como de la televisión y de esa forma promover contenido con una orientación “cultural”.

Además los medios de comunicación estaban obligados por medio de la Ley Federal de Radio y Televisión a transmitir de manera gratuita máximo 30 minutos dedicados a temas educativos, culturales o de orientación social, así como a difundir los boletines de cualquier autoridad y de ser necesario a encadenar todas las estaciones para informar a la nación de acontecimientos trascendentes. De no cumplirse deberían atenerse a una multa. Nunca se respetaron dichos decretos.

El gobierno mexicano trataba en su discurso y en las leyes promulgadas en materia de comunicación hacer creer a la sociedad que era a favor de las audiencias, pero sólo formaba parte de la estrategia, éstos no se esforzaron por brindar programación cultural y educativa a través de estaciones televisivas y radiofónicas estatales que les permitiera elegir a la sociedad entre la programación de las concesiones privadas o gubernamentales.

Para el sexenio de Luis Echeverría en 1970 se intentó nuevamente frenar el desarrollo de los medios de comunicación privada, sin embargo, al darse cuenta que de las 53 estaciones de televisión la única estatal era Canal 11 y 13; además de que ninguna televisora podía competir económicamente con Telesistema Mexicano, ya no se pusieron en marcha acciones para detener el crecimiento de las televisoras que se estaban gestando.

Tras el intento fallido de Luis Echeverría por nacionalizar la televisión, el gobierno intentó incursionar en la televisión; aunque un poco tarde, se dieron cuenta del poder que los medios electrónicos estaban alcanzando y lo útil que una herramienta de este tamaño podría resultar para sus fines.

Para 1972 el gobierno federal decidió adquirir al Canal 13 para dar paso a Televisión Rural de México, las bases de lo que posteriormente se convertiría en el Sistema de Televisión del Estado Mexicano.⁵⁸

Para el sexenio de José López Portillo (1976 – 1982) hubo muchos cambios en materia de comunicación, lo que significó la creación de instituciones como la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) una dependencia de la Secretaría de Gobernación, u organismos como la Productora Nacional de Radio y Televisión (PRONARTE) y la Unidad de Televisión Educativa (UTECE).

Para 1988 la televisión estatal tuvo un crecimiento significativo, las redes de Canal 7 y Canal 13 con sus 148 repetidoras representaban una cobertura nacional mayor a la de la televisión privada.⁵⁹

El Instituto Mexicano de Televisión fue nombrado Imedisión y a su cargo estaban todas las señales públicas del país, pero así como creció en importancia, los problemas surgieron en su entorno. La burocracia como los malos manejos administrativos y financieros hicieron que pronto el Estado pensara en deshacerse de la empresa que significaba una fuga importante de capital.

Aunado a lo anterior, la televisión estatal enfrentaba la problemática de competir contra la televisión privada, tener acceso al mercado publicitario, esto solo podría lograrse si era capaz de ofrecer una propuesta de calidad y con una identidad propia, es decir, ser una variante para la sociedad en cuestión de contenido.

La incursión del Estado en la televisión fracasó debido a la falta de planeación, de identidad y el manejo autoritario que el gobierno le dio, la dependencia presupuestal de este organismo fue uno de los puntos determinantes para que en el mandato de Carlos Salinas de Gortari se pusieran a la venta la mayoría de

⁵⁸ Ortega Ramírez Carmen, *La privatización de la televisión estatal*, Anuario 2000, UAM- X, 2001, PP.262 Disponible en: <http://bit.ly/1PO6xVP> Consultado 16/02/16 a las 01:23 hrs

⁵⁹ *Ibíd.* P. 263

señales que dependían del Estado, junto con un gran número de empresas que según el presidente “no tenían un carácter estratégico”.

Es así como el 18 de julio de 1993, tras varios intentos fallidos por hacer económicamente sustentables a los canales 7 y 13, es adquirió el paquete de medios por el grupo Radiotelevisora del Centro, corporativo que era dirigido por Benjamín Salinas Pliego, Hugo Salinas y Rocha y Hugo Salinas Price. Con una inversión de 2 mil millones 50 mil nuevos pesos iniciaron una nueva etapa en dichas señales.⁶⁰

Las únicas señales que logran subsistir después de la privatización fueron el Canal 11 perteneciente al Instituto Politécnico Nacional y el Canal 22, que gracias a la solicitud que hicieron 800 intelectuales al presidente Salinas de Gortari en 1991⁶¹, se mantuvo como un canal cultural para la sociedad mexicana.

El presidente decidió declinar no importando las críticas por parte de pedagogos, políticos y periodistas que atacaban la línea de comunicación y *la estructura consumista y antieducativa de la programación de los medios televisivos y radiofónicos comerciales*, como lo escribe la autora Karin Bohmann.

Además del capital monetario con el que contaba la compañía del magnate Azcárraga y la experiencia, había en la esfera política; el Senado, Cámara de Diputados y Partido Revolucionario Institucional (PRI) personas allegadas a Azcárraga como Miguel Alemán Velasco (hijo del mandatario Miguel Alemán Valdés), todos ellos fueron piezas clave para poder llegar a establecer una televisora sobresaliente.

Ejemplo de las personas que ayudaban a Vidaurreta, era el representante de los concesionarios y entonces senador Morales Blumenkron que para apaciguar el ambiente dijo, *por motivos tácticos*, de forma crítica que: “la radio y la televisión no

⁶⁰ Ob. Cit. P. 273

⁶¹ Televisión Metropolitana, S.A. de C.V., Manual de Estrategias Comerciales, 2009 P. 7. Disponible en: <http://bit.ly/1TkKTgx> . Consultado: 16/02/16 a las 02:30 hrs

cumplían con su función moral y cívica” por lo que recomendó y estaba dispuesto a ceder concesiones para que se realizaran cambios con respecto a la programación de entretenimiento y publicitaria que imperaba en los medios de comunicación.

El presidente no quitó el dedo del renglón y decretó en el contexto de la apertura democrática que se vivía, una ley electoral que mencionaba la posibilidad que tenían los partidos políticos para promoverse durante campañas electorales a través de los medios.

Mientras el gobierno se encargaba de establecer por medio de leyes el tiempo de los medios con respecto a temas políticos, uno de los empresarios influyentes en México desde el inicio de la radio, Azcárraga Vidaurreta cerraba negociaciones para fusionar Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México y crear: Televisa, S.A.

1970 es fundamental para entender lo que vendría después en materia de contenidos, comunicación, reformas, relación medios de comunicación y gobierno, a la par de como todos estos factores incidirían en la información que se difundiría de ahí en adelante para la sociedad mexicana y cómo esta reaccionaría ante un contexto lleno de situaciones difíciles, tanto en lo económico, político y social.

De acuerdo a la autora Fátima Fernández Christlieb los medios de comunicación desde finales de los sesenta tienen un papel determinante en la vida social nacional, los contenidos se subordinan a las necesidades de quienes lo financian: anunciantes y publicistas.

La televisión comercial significó el comienzo de un grupo de presión frente al Estado con relación a los asuntos relacionados a la regulación del gobierno con los medios de comunicación.

Televisa se benefició gracias al patrocinio de las administraciones presidenciales desde la época de Echeverría Álvarez, *la programación de Televisa en el continente americano era gracias al uso de los satélites*⁶². El consorcio emplea sus privilegios para impulsar su firma junto con el Estado. Durante este periodo Televisa reforzó claramente su poder y determinó la influencia en el sector privado de radio y televisión.

En la década de los ochenta, México en el contexto de América Latina ya pertenecía a los países que disponían de una red de medios de comunicación masiva relativamente amplia y tecnológicamente avanzada, lo que posteriormente derivó en grandes beneficios para las radiodifusoras y televisoras comerciales mexicanas según la escritora alemana Karin Bohmann.

Bajo la administración de López Portillo se puso especial énfasis en el aspecto económico de las empresas de medios, dejando a un lado las funciones culturales y educativas, que la radio y la televisión, en especial, tenía que difundir. Dándole la posibilidad a la Secretaría de Gobernación ejercer control político sobre éstos. Para “equilibrar” la balanza se construyó una reglamentación del derecho a la información.

*Los presidentes Echeverría y López Portillo concedieron, siempre a principios de su respectivo sexenio, amplios márgenes de expresión que luego, hacia fines de sus gestiones, limitaron drásticamente.*⁶³ Durante esta etapa se puede observar el doble discurso por parte de los mandatarios, en un principio pretendieron utilizar los medios de comunicación a su favor, pero al ver que esto no sería posible a pesar de la posición de poder que sostenían, decidieron restringirlos.

A la par le hacían creer a la sociedad que harían cambios en algunos apartados en la Ley Federal de Radio y Televisión para restaurar los contenidos de los

⁶² FERNÁNDEZ, Christlieb Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*. Ed. Juan Pablo. P. 207.

⁶³ FERNÁNDEZ, Christlieb Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*.

medios de comunicación, siendo primordial la programación educativa o por lo menos sin aspectos que promovieran la violencia.

Al mismo tiempo de ese acontecimiento, Televisa pudo ampliar con visión futurista su posición en la esfera de la comunicación, tanto así que se pudo ver la injerencia y el papel tan importante que jugaba en la vida política y mediática que influía de manera sustancial en la formulación de políticas comunicativas.

Fue Televisa, quién estableció los límites de la política estatal de las reformas, tanto en lo que respecta a la reforma de radio y televisión de Echeverría como a la reforma del derecho a la información establecida por López Portillo.⁶⁴

A la par de estos hechos, el Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional (IPN) logró ofrecer una programación de contrapeso ante la televisión comercial con contenido que distaba mucho de ser cultural y educativo, no obstante, durante muchos años tuvo una existencia opaca debido a la mala situación financiera y la reducida potencia de transmisión que tenía.

A pesar de los “favores” concedidos por parte del Estado a los concesionarios privados, a través de Leyes en Telecomunicaciones, los precios de publicidad en televisión y radio comercial no establecían una diferencia entre los espacios vendidos a privados y el gobierno, se pagaba la misma cantidad.

El valor monetario de los anuncios radicaba y radica en torno a tres horarios de transmisión (A,AA,AAA), donde la noche por ser categoría AAA y tener el mayor auditorio junto con las telenovelas y contar con cobertura nacional, el monto por comercial en canal 2 son superiores a los de cualquier otra compañía televisora.

Tanto así que en 2014 de acuerdo a las tarifas publicadas en el portal de la Guía Líder en difusión de medios (www.mediavyasa.com.mx) un spot de 20” en el canal 2 de Grupo Televisa en los horarios AAA que inicia a las 20:00 horas va de los

⁶⁴BOHMANN, Karin. Medios de comunicación... *Op. Cit.* P. 105,120.

\$979,916.00 a \$1,292,873.00 hasta el noticiero nocturno con un costo de \$921,228.00 pesos, casi 120 mil pesos al del año anterior.

No importa si es un comercial para una marca de lentes o para el propio Poder Ejecutivo, los miles de pesos requeridos para pautar en medios de comunicación, especialmente en televisión, no cuentan con ningún descuento para privados ni para el mismo presidente de la República.

En 1979 el Estado se encontraba en el primer lugar del ranking de clientes publicitarios de la televisión privada y treinta instituciones o empresas gubernamentales en ese año hicieron un gasto de 113 millones de pesos para pautar en medios, ocupando el 22% del espacio publicitario.

Bohmann manifiesta que la radio y la televisión en México, dependen de la publicidad por lo que ésta determina el tipo de programación e información que se transmite a la sociedad.

Otro de los antecedentes inmediatos, donde se percibe el papel que desempeñan los medios en la nación, ya no con respecto a la publicidad sino a nivel social, es el Movimiento Estudiantil del 68, donde el mandatario en turno, Gustavo Díaz Ordaz a unas semanas del acontecimiento recurrió a los medios de difusión masiva más importantes en ese momento para tratar de diluir lo más rápido posible la noticia, tanto que al interior de la República Mexicana la información no se difundió y mucho menos se le dio la trascendencia que ameritaba.

La medida que Díaz Ordaz pretendía implementar para tener al mando estos dos medios en su poder planteó una nueva forma de pago en los impuestos para los concesionarios de radio y televisión, que incluía pagar el 25% de todos los pagos que recibieran o colocar el 49% de sus acciones en fideicomiso en un banco estatal *para que fuera justamente el Estado el que decidiera sobre el contenido de las transmisiones*. Sin embargo, ninguna de las dos propuestas pudo culminarse y en su lugar,

...los industriales decidieron otorgar al Estado el 12.5% de su tiempo de transmisión, sabiendo que no habría recursos estatales para cubrirlo... Fracasaron los primeros intentos del Estado por hacerse de canales para la obtención de consenso o sea para la justificación de la violencia reciente; no se logra la difusión masiva sin intermediarios y con proyección nacional de la versión gubernamental del ajuste político.⁶⁵

El inicio de la participación que tenían los organismos estatales, especialmente, en radio y televisión para “satisfacer primordialmente las necesidades de legitimación que apremiaban al sistema político mexicano” era imperante.⁶⁶

1970 marcó el inicio de lo que sería el futuro de los medios y, en especial, de la televisión y la radio, en esta época se visualizaba y reforzaba un doble discurso por parte del presidente de la República.

...desde los setentas se encontraba en vías de desarrollo la participación estatal en radio y televisión, cuya colaboración obedecía de manera primordial a la satisfacción de las necesidades de legitimación que apremiaban al sistema político mexicano.⁶⁷

Para la gubernatura del presidente Luis Echeverría, éste decide hacer pública la condena del uso que se le dio décadas atrás a la radio y televisión lo que conlleva a *desatar un cúmulo de declaraciones gubernamentales en contra de estos medios, que no había tenido precedente jamás*, asevera Bohmann.

Debido a lo mencionado se planteó una posible opción para que el Estado planteara una probable nacionalización de la radio y la televisión por las fuertes críticas que se hicieron, pero nunca se llevó a cabo.

Esto no fue impedimento para que Luis Echeverría, dos años más tarde arremetiera nuevamente contra los medios y en particular con Televisa, él

⁶⁵Ibíd. P. 206-207.

⁶⁶ FERNÁNDEZ, Christlieb Fátima. *Los medios de... Op. Cit.* . p.205

⁶⁷Ibíd. p.205.

declaraba que los programas que se transmitían por dicha televisora eran violentos, por lo que el 21 de septiembre de 1974 se publicó en el Diario Oficial un Decreto que anunciaba *la cancelación de 37 series televisivas de ese tipo*. Días después se logró aprobar dicho punto.

De poco servirían las declaraciones, a pesar de la presión constante por parte del Poder Ejecutivo el dominio de los industriales de la comunicación aplastó los proyectos que tenía el gobierno y lograron que se desechara.

El gobierno de Luis Echeverría al intentar ampliar sus bases de apoyo a través de los medios de difusión creó y agudizó una contradicción entre la burocracia política y los concesionarios de los medios; contradicción que finalmente no pudo aprovecharse para fortalecer la autonomía relativa del régimen ante el capital monopólico que controla la industria de radio y televisión.⁶⁸

Fue en medio de todo el caos político y, a la vez el fortalecimiento de las empresas de comunicación que el monopolio informativo no le quedó más que desarrollar la parte que le tocaba y se logró cohesionar una organización que se encontraba gestada desde hacía más de treinta años y que tuvo como resultado la eliminación de la “competencia entre concesionarios, para lanzarse al término de ese gobierno, a la expansión nacional e internacional de la industria radiofónica, televisiva y de áreas afines, sin ningún género de obstáculos”.⁶⁹

La hegemonía cultural que propician los llamados “medios de comunicación” (la televisión, la radio y la prensa industrial) crece de la mano del esplendor priista. Recorre la cultura popular y las balbucientes certidumbres de las clases medias urbanas.⁷⁰

Otro de los aspectos más relevantes durante los setentas, ya definidos los medios de comunicación masiva en el país. El apenas presidente López Portillo decide modificar los artículos constitucionales que se refieren a la ley de expresión, *la*

⁶⁸Fernández Christlieb, Fátima. *Los medios de... Op. Cit.* P. 207.

⁶⁹FERNÁNDEZ, Christlieb Fátima. *Los medios de... Op. Cit.* . p.207.

⁷⁰Márquez, Graciela. *Nueva Historia general de México*. México, Ed. COLMEX, 2010. P. 712.

*propuesta señala la necesidad de añadir una frase: El derecho a la información será garantizado por el Estado*⁷¹.

No obstante la respuesta por parte de las empresas de comunicación pareció no ser la mejor, puesto que se desató una polémica que polarizó al sector a favor o en contra de reglamentar el derecho a la información; tiempo después

El PRI parecía haber tenido “iniciativas” desde los años veinte para “lograr” que los medios no cayeran en manos de empresarios que privatizaran la industria, no obstante con el cambio de gabinete en cada sexenio esta tendencia parecía diluirse.

Todo cambió en los ochenta, no de manera espontánea, desde el pasado se presentaban redes que hasta ese momento se entretejían para dar forma a lo que sería el desarrollo de los medios de comunicación en la nación, específicamente de la televisión.

Las nuevas administraciones priistas adoptaron abiertamente modelos y estrategias neoliberales y después de una fuerte crisis económica en 1982, la presidencia de Miguel de la Madrid Hurtado decidió abrir la economía de una manera significativa.⁷²

Para 1990 con Carlos Salinas de Gortari se cambiaron los títulos de concesiones otorgados al entonces monopolio estatal de la telefonía, Telmex, y de esa manera se logró preparar el terreno para la apertura en el mercado de las telecomunicaciones, lo que llevo al nacimiento de la competencia formal de Televisa: TV Azteca.

⁷¹ FERNÁNDEZ Christlieb, Fátima. *Los medios de... Op. Cit.*P. 208.

⁷² RENDÓN LOZANO, José Carlos. *Políticas de comunicación y telecomunicaciones en México. El estado frente a las estructuras de propiedad y control.* [telos.fundaciontelefonica.com] Consultado el 28-1-15. Disponible en: [<http://bit.ly/1EnjYGk>]

Sobre esa misma línea el ex presidente Ernesto Zedillo Ponce de León decidió seguir con la apertura para que los inversionistas extranjeros voltearan a mirar a México y así hasta nuestros días...

El PRI (Partido Revolucionario Institucional) durante el siglo XX en varias ocasiones buscó implantar una cultura de estado ortodoxa y nacionalista, en dicho momento histórico los medios de comunicación hicieron algo más que vender tónicos para el cabello, lavadoras y candidaturas presidenciales.⁷³

El escritor José Carlos Lozano Rendón escribe que pese a todo lo que se ha vivido en torno a los medios de comunicación y su estrecha relación con el poder, en este caso el gobierno, el análisis y la discusión sobre las políticas de comunicación y telecomunicaciones en México ha sido tratado muy esporádicamente y más en términos abstractos y conceptuales mediante estadísticas, indicadores y entrevistas con los principales actores involucrados en ellas.

Luego de la postrevolución, en el año 2000 con el triunfo de la oposición por primera vez en toda la historia de la República Mexicana, el panista Vicente Fox Quesada, candidato por el Partido Acción Nacional (PAN) había ganado las elecciones. Además de todos los cambios estructurales sociales, económicos y políticos que se esperaban y que representaba en ese sexenio, se pensaba que en el proceso de transición se debía replantear las reglas del juego acerca del funcionamiento de los medios de comunicación, pero esto no sucedió.

El candidato Vicente Fox sintetizó la voluntad de cambio de millones de mexicanos. “la epopeya del 2 de julio del 2000- afirma el periodista Ricardo Rocha- tuvo un protagonista indiscutible y una palabra mágica: Vicente Fox y el cambio. La conjunción de un candidato carismático y una promesa tan esperanzadora fueron una combinación formidable.⁷⁴

⁷³MÁRQUEZ, Graciela. *Nueva Historia general de...* P. 711.

⁷⁴ISLAS, Octavio. GUTIÉRREZ, Fernando. *Fox y prensa. Relaciones peligrosas.* [www.razonypalabra.org.mx] Consultado el 12-1-15 Disponible en (<http://bit.ly/1H1Dg6e>) el 27-2-2015.

El presidente en turno tenía una tarea ardua, a la par de este acontecimiento los medios digitales se encontraban en pañales y con ello el avance tecnológico de éstos, visualizaba un panorama diferente al que se conocía desde el priismo.

Vicente Fox no fue la excepción y se sirvió de los medios de comunicación. “Desde un principio se percató de que no existe democracia moderna sin medios de comunicación”.⁷⁵

De acuerdo con el escritor Armando Rodríguez Cervantes autor del texto: “Libertad de expresión en México: el modelo del PAN y del PRI”⁷⁶, a partir del 2000 a consecuencia de la libertad que por primera vez se vivía en la historia del país, los medios de comunicación poco a poco dejaron el clima de censura del priismo y se atrevieron a criticar abiertamente a los tres grandes temas tabúes, íconos de la supresión y la autocensura en la nación: la Virgen de Guadalupe (es decir la religión y sus personajes); el ejército y el Presidente de la República.

Rodríguez Cervantes menciona que de esa forma los que no se arriesgaron durante el priismo a criticar al gobierno de ese partido fue debido al miedo que les provocaba que los mandaran a silenciar.

Tiempo después Vicente Fox al observar las fuertes críticas que le hacían tanto a él como a su gabinete, particularmente en medios impresos, estos temas se convirtieron en un asunto incómodo para su administración al grado de aceptar que no leería más periódicos, puesto que en éstos no se informaba la verdad y realidad que él percibía de México.

Para contrarrestar la ola de juicios en su contra decidió desplegar una fuerte campaña propagandística *El cambio en México ya nadie lo para* en horarios estelares (AAA) en las dos emisoras más importantes: Televisa y TV Azteca; así como numerosos spots en radio e inserciones de plana completa en periódicos

⁷⁵BRAVO, Jorge. *La comunicación gubernamental de Vicente Fox*. [www.redalyc.org] Consultado el 15-1-15.
Disponible en: <http://bit.ly/1BzV4a7>

⁷⁶ publicado en fundaciónpreciado.org.mx

como *EL UNIVERSAL*, además de repartir tres millones de historietas para difundir los logros de su gestión.

Los datos mencionados son información publicada en el portal de internet de la Revista Electrónica *Razón y Palabra* en el artículo redactado por Octavio Islas y Fernando Gutiérrez titulado “Fox y prensa. Relaciones peligrosas”⁷⁷.

Durante el sexenio de Vicente Fox, la presencia que tenían desde antaño los programas extranjeros en las estaciones televisivas mexicanas era cada vez más imperante, se rebasaba el 30% con programas de béisbol, fútbol americano, series y películas, así la cultura norteamericana tuvo mayor manifestación en el país.

Pero ahí no paró todo, en 2002 Fox eliminó el tiempo gratuito que se había establecido en la administración del mandatario Gustavo Díaz Ordaz que formaba parte de un apartado en la Ley de Radio y Televisión, pues de esa manera se obligaba a los concesionarios de radio y televisión a pagar sus impuestos lo que correspondía a un 12.5%.

Tras el decreto le quedaron al Estado sólo 35 minutos en radio y 18 en Televisión⁷⁸ de los 180 minutos a los que tenía derecho por reglamento desde el 31 de diciembre de 1968.

Las dos televisoras comerciales, Televisa y TV Azteca, celebraron la reforma al reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, mediante la cual ya no concederán 12.5% de sus transmisiones al Estado.⁷⁹

Incluso diarios de otros países latinoamericanos cubrieron el evento donde se llevó a cabo lo que tiempo después llamarían el *decretazo*. Según la crónica abordada por el periódico argentino en línea (Urgente 24.com) el 18 de octubre en

⁷⁷ ISLAS, Octavio. GUTIÉRREZ, Fernando. ¿Cómo pasamos del “yo no pago para que me peguen” al “yo no leo porque me pegan”?

⁷⁸ BRAVO, Jorge. *La comunicación gubernamental de... Op. Cit.* P. 51.

⁷⁹ S/N. *Cómo Televisa y TV Azteca presionaron a Fox.* [www.urgente24.com] Consultado el 22-2-15. Disponible en: (<http://bit.ly/1BAPM8o>).

el hotel María Isabel Sheraton ubicado en el centro de la Ciudad de México se dieron cita personajes de todas las esferas desde políticos hasta el presidente de la CIRT.

Javier Corral, panista y a la vez presidente de la Comisión de Radio y Televisión del Senado expresó su descontento: “Ahora ya no solamente nos imponen agenda, sino que también legislan, resuelven y derogan impuestos”.

No bastó con el *decretazo*, el 1 de diciembre en la Cámara de Diputados en tan sólo 7 minutos de manera deliberada celebró una serie de reformas a las Leyes Federales de Telecomunicaciones, Radio y Televisión que tenía como objetivo favorecer a las empresas radiodifusoras con más poder.

Este hecho declaraba implícitamente las concesiones que se le otorgaban a los empresarios de la radiodifusión en México, pues “en todo el mundo el empleo de las bandas de radiodifusión para propagar telecomunicaciones adicionales es motivo de ventas o licitaciones”⁸⁰, aspecto que se había violado con las modificaciones.

Debido a que el espectro radioeléctrico es un recurso limitado, es altamente costoso y por ende es propiedad de los Estado Nación, sin embargo en el país la Ley Televisa le regaló a ciertos dueños de los medios un beneficio completamente gratuito, como se hace alusión en el texto en línea llamado “La Ley Televisa”.

Otro aspecto importante durante está etapa es que se permite la transición de la televisión análoga a la digital, sin que antes se consultara, lo que desemboca en beneficio a las dos empresas más poderosas en el país (Televisa y TV Azteca). Esto evidenció una vez más su poder con respecto a otras emisoras. La reforma Fiscal de Fox, fue incondicionalmente apoyada por el duopolio televisivo, pese al rechazo social a dicha ley.⁸¹

⁸⁰ S/A. *La ley Televisa*. [<http://www.eumed.net>]. Consultado el 28-2-15 a las 24:00 Disponible en: <http://bit.ly/19cMJwm>

⁸¹S/A. *Cronología de la historia de la TV en México*. [radioprensaytelevision.blogspot.mx] Consultado el: 22-2-2015.

Como se mencionó el gobierno foxista explotó al máximo los medios de comunicación para anunciar las acciones, obras y resultados de su administración y con ello poder aumentar y preservar la legitimidad de su mandato, a finales de su administración todos sus recursos le valieron para crear una “ventaja” comunicativa con respecto a los adversarios con los que se enfrentaría el candidato a la presidencia Felipe Calderón Hinojosa.

Pero quizás la acción que marcó más la administración foxista fue el aval y la promoción de una reforma legal que reforzaba los privilegios a los empresarios de la televisión, la concentración de frecuencias en pocas manos y acotaba las posibilidades para el crecimiento de los llamados medios de servicio público. Conocida como la “Ley Televisa.”⁸²

En 2006 justo en el año en el que concluye el *foxismo* se crea la llamada “Ley Televisa” en la que se hacen modificaciones a la Ley Federal de Radio y Televisión, se desregula el uso del espectro digital y le cede más poder a Televisa y TV Azteca.

El autor Gabriel Sosa Plata escribe que a cambio de mayor apoyo y tiempo en pantalla para los candidatos, la mayoría de los diputados y posteriormente los senadores, presionados por las dirigencias de sus partidos, estuvieron dispuestos a otorgar su voto favorable a la reforma; de manera que las prerrogativas establecían aspectos favorables para las emisoras, tales como:

La convergencia tecnológica de las televisoras, concesiones por 20 años y refrendo automático de las mismas, licitación y subasta pública de concesiones (quien diera más dinero ganaba las concesiones), mayores requisitos para otorgar permisos de radio y televisión de servicio público, e imposibilidad para la instalación de radios comunitarias.

Disponible:(<http://bit.ly/1CyE6tU>)

⁸²SOSA PLATA, Gabriel. Medios electrónicos, democracia y elecciones. PDF. P. 13.

De sexenio a sexenio, de Presidente a Presidente la situación prevalece: un gobierno que ejerce el autoritarismo prácticamente sin limitaciones; una prensa en su mayoría domesticada; y un público que desconfía por igual de la prensa y del gobierno.⁸³

O bien hay un gobierno bien domesticado con el paso del tiempo que convive con medios de comunicación autoritarios, ambos dispuestos a enajenar con programación de entretenimiento a la sociedad.

En el sexenio de Felipe Calderón Hinojosa, se fijaron más metas. De acuerdo con el doctor Octavio Islas Carmona las metas que planteó a nivel medios de comunicación fueron mediocres, pues se había ideado estimular la apertura de nuevas cadenas televisivas, pero una vez más todo esto quedo sólo como parte del discurso de campaña política.

Y como no sólo existen dos empresas preponderantes en el país, MVS competidora directa de Televisa en el segmento de la televisión de paga se autodenomina como la gran perdedora del sexenio, pues las concesiones vencidas no le fueron refrendadas y el presidente Felipe Calderón decidió promover, “al cuarto para las doce, el procedimiento de rescate de las concesiones vigentes en la banda de 2.5 GHz”.

Debemos tener muy presente que la política informativa de MVS, y muy particularmente, el oficio informativo que distingue a la reconocida periodista Carmen Aristegui, en no pocas ocasiones han resultado incómodos para Televisa y también, por supuesto, para el presidente de la República⁸⁴

El periodista Jenaro Villamil describió en una frase el sexenio de Calderón: “sexenio de Televisa”⁸⁵. “No pocas decisiones en materia de telecomunicaciones resultaron favorables a Televisa, que al concluir el mandato de Felipe Calderón se

⁸³ISLAS, Octavio. GUTIÉRREZ, Fernando. *Fox y prensa... Op. Cit.*

⁸⁴ISLAS, Carmona. *Seis años de definición en materia de telecomunicaciones*. Recuperado de: [http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/opinion+y+analisis/firmas/dr.+octavio+islas+carmona/op\(14sep12\)octavioislas](http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/opinion+y+analisis/firmas/dr.+octavio+islas+carmona/op(14sep12)octavioislas) el 27-2-15.

⁸⁵Ibíd.

afirma victoriosamente la “República de la pantalla, aún más fortalecida y extendida, asevera el autor del artículo seis años de indefinición en materia de telecomunicaciones, Octavio Islas Carmona.

Un aspecto importante durante el sexenio de Felipe Calderón es que se vivió la peor época para los periodistas que trabajaban en la prensa, pues es uno de los periodos más violentos que jamás se haya registrado en el mundo, según informes del Comité para la Protección de Periodistas.

María de los Ángeles Favela autora de “El rol de los medios de comunicación en el régimen democrático”, afirma que en un régimen democrático como el que se pretende tener en el país, las fuentes de información a través de los medios masivos de comunicación tienen un impacto importante en la construcción de los hechos. *Aunque bien debieran apearse a una verdad objetiva y con precisión, proporcionando así las herramientas necesarias para que el receptor pueda integrarse a un papel activo en este complejo proceso de la comunicación*⁸⁶.

Para María de los Ángeles Favela el poder de los medios está en aumento y donde debiera percibirse una atmósfera de ideas en movimiento y acciones, sólo se logra respirar un ambiente dictatorial a lo que ella le llama *dictadura democrática*, en un espacio donde para unos la tarea es mandar para otros lo es obedecer, paradójicamente dentro de un marco de *libertad e información*.

⁸⁶FAVELA MARTÍNEZ, María de los Ángeles. *El rol de los medios de comunicación en el régimen democrático. El proceso de la comunicación en el ámbito político*. Sexto Certamen de Ensayo Político.

3.- Sociedad contemporánea

Con la llegada del siglo XX el mundo experimentó una serie de cambios propios de un fenómeno conocido como globalización. Este concepto que habla sobre la transformación que sufrió el sistema económico e ideológico-cultural da pie para hablar del desarrollo de la tecnología.

Para la doctora Florence Toussaint la globalización representa “la internacionalización, en el caso de la economía, del capital y de las formas de producir, vender y comprar”⁸⁷. Dicho cambio también se encontraba en las cuestiones de carácter ideológico, ya que la universalidad de significantes y referentes permitió a partir de ese momento romper las fronteras existentes.

Las transformaciones económicas despertaron gran interés entre los pensadores contemporáneos, pero un elemento que fue abordado por los estudiosos sociales es el giro que dio la política con éste fenómeno, es decir, la manera en que éste hecho modificó la forma de desempeño del Estado y la difusión de la cultura.

La llegada del fenómeno globalizador favoreció la circulación de información en el orbe, según Hernando Salazar⁸⁸ Las agencias de noticias en América Latina surgieron en la primera mitad del siglo XIX para lograr satisfacer las necesidades de mayor información de la sociedad, logrando que la información fuera más mundial y menos local.

De esta manera fue posible hacer coberturas mundiales gracias a la figura de los corresponsales, las agencias de noticias contrataban reporteros en cada región para cubrir los hechos locales. Estas grandes células de información suministraban a las grandes empresas de comunicación de los acontecimientos globales. Sin duda, los medios de comunicación ganaron con este avance que llegó gracias a la tecnología.

⁸⁷TOUSSAINT, Florence. *Crítica de la información de masas*, Ed. Trillas, México, 1990, P.16

⁸⁸SALAZAR, Hernando. *Las Agencias de noticias en América Latina*. Ed. Trillas. México

Con la aparición de estos nuevos vehículos de la información, la sociedad encontró una manera de conocer su entorno, las situaciones que se daban en ése y otros espacios, además de los acontecimientos que se consideraban relevantes para la sociedad según las informaciones transmitidas por los medios de comunicación. El autor Rafael Roda Fernández describe un poco las características de los medios:

...proporcionan datos relativamente fiables sobre parcelas de la realidad a las que el hombre común tiene difícil acceso, dar a conocer las política de los gobiernos (y a veces, hasta opiniones disidentes), mostrar las características de aquellas personas que, por su pertenencia grupal, de clase o racial se nos parecen como socialmente distantes, proporcionar datos de referencia para evaluar nuestras opiniones sobre los asuntos públicos, etc.⁸⁹

Si bien la sociedad busca en los medios de comunicación una fuente fiable para poder mantenerse informado sobre los hechos sociales, políticos, económicos, culturales, entre otros, de la sociedad en la que se encuentra inmersa. Los medios según el teórico Dennis McQuail deben seguir cuatro aspectos que tienen que cubrir: 1) la distribución de conocimientos, 2) estructuración simbólica de las relaciones de poder, 3) elaboración y reconstitución del entorno de la opinión pública y 4) el entretenimiento.

La televisión revolucionó por completo la relación que tenía la sociedad con los medios de comunicación como la radio y la prensa, ya que, al ser una plataforma distinta y más completa en donde ahora el espectador podía ver imágenes en movimiento de los hechos o acciones, éste le otorgó un mayor grado de credibilidad.

La responsabilidad de llevar la información a los hogares es muy grande, el concesionario que hace uso del espectro radioeléctrico que pertenece a la nación y que ofrece un servicio a la sociedad, le debería representar un enorme compromiso por cumplir con esa tarea de manera responsable, honesta y ética.

⁸⁹ RODA FERNÁNDEZ, Rafael. *Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporáneas*. Ed. S XXI de España editores. Madrid, 1989. P.1

A su vez el politólogo norteamericano Harold Lasswell a mediados del siglo XX también definió las funciones básicas que los medios de comunicación de masas debían cumplir ante la sociedad: éstos eran la vigilancia del medio, la correlación de partes y la transmisión del legado cultural⁹⁰.

La Vigilancia del medio se refiere al servicio periodístico de recopilar la información y hacerla llegar al auditorio. Su participación es muy importante ya que suministran datos útiles y previenen al receptor de lo que se avecina. En el tema político también adquieren relevancia pues informan a las personas de los hechos de interés público y las implicaciones que tiene la esfera política sobre ellos, ejerciendo un claro control sobre los poderes públicos y gubernamentales.

La correlación de partes a su vez hace alusión a que los medios ofrecen explicaciones e interpretaciones para ayudar a las personas a comprender el significado de lo informado, mientras que la parte de transmisión del legado cultural cumple con la tarea de recordarle o hacerle conocer al público la historia, normas y valores que representan o es propia de la sociedad a la que pertenecen.

Aunque al inicio los medios de comunicación surgieron como respuesta al deseo del ser humano por mantenerse comunicado con las personas que le rodeaban y su contexto local, más tarde los medios fueron utilizados para difundir información a escala global.

El escritor Martin Serrano expresa que el motivo por el cual adquirieron tanta relevancia estos medios es por que se posicionaron como las instituciones contemporáneas más importantes para la generación de la “comunicación pública que les provee a los miembros de la sociedad de la información necesaria para la reproducción de la comunidad”.⁹¹

⁹⁰S/A, *Funciones según Laswell*. [www.periodismo-online.de] Consultado el: 14/1/15 a las 14:07. Disponible en: (<http://bit.ly/1BYpsK3>)

⁹¹ESTEINOU MADRID, Javier. Las industrias culturales y la edificación del recuerdo social. [www.razonypalabra.org.mx]. Consultado el: 14/1/15 a las 14: 28 Disponible en: (<http://bit.ly/1CylnP9>)

Específicamente la televisión fue uno de los medios donde se observó más el fenómeno de la globalización, fue como abrir una “ventana al mundo”. La transmisión de imágenes y la capacidad de “omnipresencia” impactó a la sociedad; que si bien anteriormente la globalización ya se daba con la apertura que tuvieron las agencias de noticias internacionales en los periódicos nacionales y la radio, fue con el lenguaje audiovisual que tuvo su máximo esplendor.

Con la entrada de la globalización al mundo de la televisión, el espectador acrecentó su conocimiento de otras culturas, sus costumbres, ideologías y sus entornos, ese elemento cosmopolita que le permitió al auditorio conocer y entender otras maneras de ser y de vivir.

Al igual que con el surgimiento de la prensa, los empresarios decidieron decantarse por la obtención de recursos monetarios que por la difusión de ideas culturales y educativas, razón por la cual se adoptó el modelo comercial de la televisión del vecino país del norte. De esta manera la gran mayoría de los programas transmitidos estarían destinados al entretenimiento y la diversión.

- **Televisión - Sociedad**

La televisión es uno de los medios de comunicación con mayor presencia en la sociedad occidental, ha llevado a considerarla uno de los medios básicos de comunicación social, lo cual repercute para que se contemple como el medio que dirige nuestra cultura y los valores que en ella se movilizan.

A inicios del siglo XX se da una transformación radical sobre los aparatos de los que el gobierno se valía para mantener una hegemonía en la sociedad, instituciones ideológicas como: la escuela, la familia y la iglesia se ven desplazadas por modernas tecnologías de comunicación que se convierten en una nueva forma de ejercer la labor de los presidentes en turno. El autor Javier Esteinou manifiesta al respecto que:

Mediante el reforzamiento histórico de los procesos tecnológicos y urbano sociales, que convirtieron a los medios de difusión masivos en el primer poder mental en México, estos maduraron al grado de convertirse en los principales intermediarios técnicos de las relaciones ideológicas contemporáneas de los habitantes del país.⁹²

La sociedad se fue haciendo cada vez más mediática, el papel que adquirió la televisión fue de un mediador entre el poder y los mexicanos, al permitir establecer canales de información masivos que no sólo sirvieron para el entretenimiento del auditorio, sino que se convirtieron en un elemento central entre la relación gobierno – sociedad.

En este sentido, Esteinou sostiene que la mayoría de las instituciones tradicionales buscan proyectarse y ampliarse en dicho medio, si se quiere estar en la conciencia colectiva de la sociedad se debe tener presencia en esta plataforma, aunque esto implique aceptar sus reglas del juego⁹³.

⁹²E

STEINOU MADRID, Javier. *Los medios electrónicos de difusión y la sociedad de la información*. Ed. SER. México, 2011, P. 77

⁹³Ibíd. P. 91

Uno de los puntos importantes en la relación medios de comunicación – sociedad, es la unidireccionalidad de los mensajes, es decir no hay retroalimentación. Al respecto, Wilbur Schram habla sobre este fenómeno en su teoría del proceso de la comunicación colectiva, explica el motivo por el cual los mensajes llegan a los receptores, pero ya no hay una respuesta.

En el proceso de la comunicación colectiva la fuente transmite mensajes en forma masiva, dirigido a un público distante y heterogéneo. Estos mensajes son enviados por medio de los diferentes canales, por lo que los emisores no corresponden en cantidad al número de perceptores, por ésta, entre otras razones, la comunicación de retorno no puede suceder.⁹⁴

Cuando las clases gobernantes observaron el crecimiento de este medio de comunicación y la capacidad de penetración que estaba alcanzado, se dieron cuenta de la gran herramienta de control que se estaba gestando.

A través del tiempo las clases dominantes (gobierno, concesionarios de los medios, empresarios, entre otros) han establecido medios de control para obtener la respuesta y el comportamiento que desean de la sociedad. Para Ignacio Carrillo Prieto el control social es el “conjunto de instrumentos de que se vale el poder político para dirigir la sociedad”⁹⁵. El primer y más efectivo medio de control fue por muchos años la religión, posteriormente la televisión llegó para reemplazar.

Para Paul Lazarsfeld “los medios representan un nuevo tipo de control social que viene a sustituir sutilmente el control social brutal que antes se ejercía, y que la sociedad moderna ya no tolera”⁹⁶.

La sociedad cambió y por ello exigían nuevas maneras de actuar por parte del gobierno. La represión, la censura y la desaparición forzada ya no eran ocultadas tan fácilmente, mientras que la credibilidad de las instituciones cayó conforme los

⁹⁴TOUSSAINT, Florance. *Crítica de la información...* Op. Cit. P. 23-24.

⁹⁵CARRILLO PRIETO, Ignacio. *El control social formal*. Biblioteca jurídica virtual del Instituto de Investigaciones jurídicas. [www.juridicas.unam.mx]. Consultado el: 25/01/2015 14:25. Disponible en (<http://bit.ly/18Kja5t>)

⁹⁶TOUSSAINT, Florance. *Crítica de la información...* Op. Cit. P.15.

malos gobiernos pasaron, la televisión vino a coadyuvar con la labor de convencer a la población de que es mejor obedecer y ser empático.

Carrillo Prieto también hace alusión a la forma en que el gobierno utiliza los medios de comunicación para obtener de la sociedad una actitud favorable para legitimar sus acciones:

Control social informal cuando no hay en él, objetivamente coercibilidad. Equivale a control social mediato y es, en todo caso, la manipulación ciudadana, a partir de la economía, de lo religioso, de lo educativo, lo recreacional, es decir, con base en las instituciones y los medios de difusión que moldean la opinión pública⁹⁷

En México una de las empresas más importantes desde hace décadas hasta la actualidad, Televisa, ha engendrado una relación con la sociedad que se produce en dos esferas distintas, aunque vinculadas entre sí; por una parte los programas transmitidos son un lazo entre la compañía y el gran público “que no sabe como está conformada ésta, ni sus intenciones, ni sus problemas o el grado de poder que adquirió” a lo largo de los años, comenta la doctora Florence Toussaint.

En segundo plano la relación que hay entre ambas se traduce en rating para la televisora, de esa forma logra registrar las preferencias de los mexicanos de manera general lo que finalmente deriva en una justificación por parte de la televisora para seguir con la programación de sus contenidos alejados del contexto “real” de la sociedad mexicana.

Los alcances de la televisión fueron en aumento, al inicio eran pocas y privilegiadas las personas que contaban con un aparato receptor; con el paso del tiempo la tecnología fue avanzando y se abarató, por lo que el precio de los televisores fue accesible para las personas, tanto así que hoy el 98 por ciento de los hogares cuenta con uno.

Según cifras del Gobierno Federal, actualmente la televisión tiene una cobertura potencial superior al 95 por ciento del territorio nacional. “Existen 1943 estaciones

⁹⁷CARRILLO PRIETO, Ignacio, *El control social ... Op. Cit.* (25/01/2015 14:25)

de televisión, con 465 estaciones concesionadas, 233 permisionadas, 1167 complementarias y 78 adicionales para la transmisión de televisión digital terrestre”⁹⁸.

En palabras del analista de medios de comunicación Gabriel Sosa Plata, la problemática no es sólo que la gran mayoría de estas concesiones se encuentren concentradas en 2 empresas, “sino que resultan insuficientes para cubrir las necesidades de información, difusión de la cultura y entretenimiento de cientos de comunidades que sólo tienen la posibilidad de ver canales nacionales”.⁹⁹

El poder que tienen Televisa y Tv azteca en el país responde a lo acaparado que tienen el medio, de esta manera podemos encontrar que la televisión mexicana es la más concentrada en el mundo, pues estas 2 empresas poseen el 94 por ciento de las concesiones, donde la primera tiene el 56 por ciento y la segunda el 28 por ciento.¹⁰⁰

Dichas empresas poseen empresas relacionadas con otros aspectos audiovisuales y de comunicación, tales como estaciones de radio, revistas, inmuebles de espectáculos, casas productoras, distribuidoras de cintas cinematográficas, empresas de logística de eventos, equipos de fútbol, e incluso estadios.

El auge y el crecimiento que tuvo la televisión no podría explicarse sin la intervención de la publicidad, fueron las grandes marcas las que comenzaron a anunciarse en los espacios televisivos y significaron una gran inyección de capital en las empresas que contaban con la concesión de un canal.

Prueba de lo anterior lo podemos encontrar en el surgimiento del más grande consorcio multimedia del país, Televisa logró acumular grandes riquezas al introducir anuncios en la radiodifusión, incluso creó las bases para el desarrollo de

⁹⁸S/A. SCT. *Principales estadísticas del sector comunicaciones y transportes*. 2012, P. 39

[www.sct.gob.mx] Consultado el: 25 de Febrero del 2015 a las 20:17. Disponible en: (<http://bit.ly/1BRTXQ0>).

⁹⁹ SOSA PLATA, Gabriel. *El duopolio de la televisión*. Recuperado en: [<http://bit.ly/19BwzOg>](consultado): 25-2-15 a las 20:35

¹⁰⁰Ibíd. P. 4

la industria radiofónica al convertir a la XEW en la primera radiodifusora rentable.¹⁰¹

Emilio Azcárraga Vidaurreta no solo fue pionero en la industria radiofónica, sino que a través de su estación de radio comenzó a “educar” al auditorio, acostumbrándolo a su sistema publicitario basado en las repeticiones de spots y generando una tolerancia a ellos. La XEW funcionó como un modelo a escala de lo que posteriormente sería la televisión.

La orientación del consumo que ofrecía la televisión permitió a grandes marcas que se anunciaban en ella, estar en la preferencia del público que respondía a los múltiples anuncios con demanda de aquellos productos que aparecían tantas veces a cuadro.

La gran labor de Emilio Azcárraga Vidaurreta no fue sólo encontrar la ecuación precisa de un esquema financiero rentable, sino: “habituarse a la gente a una nueva manera de entretenerse, de obtener información y de convivir con un sistema de símbolos que son la base de la industria electrónica”¹⁰²

Pero, ¿cómo es que hace la televisión para ejercer tal poder e influencia sobre sus auditorios?, ¿qué estrategias utiliza para conseguir sus objetivos sin que el público se dé cuenta?

No hay que olvidar que la televisión al igual que el resto de los medios de comunicación un enlace entre la sociedad y la “realidad”, por lo tanto, la información que obtenemos por medio de ellos es, en la mayoría de las ocasiones, la única prueba de que pasó algo, por lo tanto, creer en lo que dicen, en ocasiones, es un acto de fé.

Mediante herramientas diversas como la *Agenda Setting*, los medios de comunicación, explotan la capacidad que tienen para hacer que el auditorio centre

¹⁰¹TOUSSAINT, Florance. *Crítica de la...* Op. Cit, P.78

¹⁰²Ibid. P.78

su atención en sólo algunas “realidades” y no en otras, todo esto mediante sus políticas de programación

...de forma silenciosa, construyen permanentemente una jerarquía del conocimiento de la realidad, de los valores, de la política, de la cultura, de la historia y de la vida que se convierte en un marco fundamental de referencia y de acción que articula o desarticula a los ciudadanos.¹⁰³

Es decir, ¿quién hace la selección de los temas que se tratan en televisión?, ¿bajo qué criterios se determinan?, ¿qué determina el que un hecho sea de interés público?, ¿quién y cómo se hace la elección de la información que se nos da a conocer? Son sólo algunas de las preguntas que surgen de esta reflexión.

Para Emilio Álvarez Icaza¹⁰⁴ la relación entre sociedad y medios de comunicación conlleva una problemática que radica en torno a tres puntos: a) la importancia que le da el sistema político en México a los Medios de comunicación (*Mdc*), b) las limitantes que poseen los medios para abordar la información y propuestas de la sociedad civil y; c) las dificultades de la sociedad para comunicarse entre sí y relacionarse con los *Mdc*.

Referente al primer punto, el sistema político de nuestro país posee un control muy recio sobre la información, se privilegia a sectores sociales muy reducidos. Los mejores aliados para mantener este control son los medios de comunicación, que sostienen una relación de interés con el gobierno y así conseguir beneficios para sus empresas que los han convertido en grandes monopolios de la comunicación.

La oferta de contenidos por parte de las televisoras ha sido desde sus inicios culturalmente muy pobre, empresarios como González Camarena, Rómulo O’Farril o el mismo Ricardo Salinas Pliego encontraron en el modelo de Emilio Ázcarraga una fórmula comprobada para garantizar una situación financiera sana

¹⁰³ESTEINOU MADRID, Javier. *Los medios electrónicos...* Op. Cit. P.99

¹⁰⁴ICAZA LONGORIA, Emilio. *Medios de sociedad civil: una alianza para el control político*. Revista Razón y Palabra, Número 18. [www.razonypalabra.org.mx]. Consultado el: 25-02-15 a las 15:09. Disponible en: (<http://bit.ly/1CvNyMR>)

y un lugar estratégico en el sistema político del país que les permite incidir en los asuntos principales de la nación.

Los programas de televisión son muy variados y cada uno pertenece a un género distinto de acuerdo a sus características, estructura y propósito. A continuación se definirán algunas de las principales clasificaciones propuesta por Alicia Polianato¹⁰⁵ y que son los principales formatos que encontramos en la televisión abierta mexicana.

¹⁰⁵POLONIATO, Alicia. *Los formatos televisivos, Géneros y formatos para el guionismo en televisión educativa*. Recuperado en: [<http://bit.ly/1skOf7P>], (Consultado): 25-02-15 a las 16:13.

- **Tipos de programación**

Se refiere a los programas que tienen el objetivo de informar, están a cargo del departamento de noticias y producen emisiones como las siguientes:

- Telediario: programa informativo por excelencia, ocupa la franja más importante y aunque son caros de producir, llevan el peso de la credibilidad e imagen de una cadena.
- Ediciones especiales: eventos deportivos, políticos (elecciones), etc.
- Opinión: tertulias, debates.
- Reportajes de actualidad: p.ej. Informe Semanal y En portada.
- Entrevistas a personajes de interés social, cultural, político, etc.
- El tiempo / Deportes: secciones clave dentro de un Telediario, hasta tal punto que se presentan con cierta autonomía en bloques diferenciados.

- **⌘ Culturales/Divulgativos**

Son emisiones que están mayormente ligadas a lo académico y cultural, donde el propósito es informar y dar a conocer al espectador una investigación, propuesta o punto de vista especializado. En este género podemos encontrar las siguientes variantes:

- Documental: de cierto carácter informativo pero no necesariamente pegado a la actualidad.
- Musicales: programas para divulgar la música.
- Educativos: pueden estar asociados a un programa de educación formal y reglada (ver apartado sobre Televisión Educativa más abajo).
- Otros: especializados en libros, arte, viajes, etc.

⌘ Ficción

Son creaciones audiovisuales basadas en historias no que no son reales, sin embargo buscan incorporar elementos y personajes que puedan ser atractivos para el auditorio, ya sea porque se sientan identificados o por que quisieran ser como ellos.

- Series: con tramas específicas por capítulo y tramas de larga duración.
- Miniseries: series de corta duración, como Cámara Café en Telecinco.
- Telenovelas: tramas continuadas entre capítulos.
- Películas de TV: filmes producidos específicamente para televisión. No se estrenan en cine.
- Cine: películas que se emiten en televisión después de un tiempo de explotación comercial en los cines.

⌘ Entretenimiento

Género de gran aceptación por el público y de mucha importancia para las televisoras, contenido creado con el único y específico propósito de divertir y entretener al espectador, sus estructuras son muy variadas.

- Magazines: engloba géneros diversos y sirve como formato contenedor
- Galas: con actuaciones musicales, de humor, etc.
- Concursos: de azar, de méritos, etc.
- *Talk-shows*: testimonios en foro.
- *Reality-shows*: género muy popular en los últimos años, donde los participantes están expuestos ante las cámaras en todo momento y además incluyen concursos, convivencias o retos.

⌘ Deportes

Emisiones donde se hacen coberturas de eventos y espectáculos que están relacionados o que pertenecen al mundo deportivo, así como transmisión de análisis, debate o información de lo que acontece en las principales competiciones, entre ellos:

- Programas específicos de programación regular.
- Retransmisiones de competiciones: fútbol, motos, F-1, ciclismo, etc.
- Eventos especiales: Juegos Olímpicos, Campeonatos del Mundo, etc.

Como se puede ver, la mayor parte en la oferta de contenido del medio está encaminada al entretenimiento, una de las fórmulas que ha tenido mayor éxito y aceptación entre el público mexicano es: la telenovela. Emisión que relata un drama de la vida cotidiana y que le ha dado a la televisión una gran rentabilidad en cuanto a audiencia.

Lo que hace interesante para la gente este tipo de propuestas es la existencia de diversas historias en la trama, ya que a la par de la historia de él o los protagonistas, se desenvuelven otras microhistorias de los personajes secundarios que los rodean. Algo que resulta fundamental de este formato es la utilización de personajes y situaciones ordinarios, que generan en el televidente empatía e incluso identificación con los mismos.

Además de la telenovela, formatos como el magazine, *reality show* y el *talk show* son las principales apuestas de las televisoras, ya que con este tipo de producciones han conseguido tener las mayores audiencias, y por consiguiente, las mejor comercialización de sus espacios publicitarios.

De acuerdo a las disposiciones que establece la SEGOB a través del reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión¹⁰⁶, es tarea del Estado proteger la televisión y vigilar sus funciones sociales. Según el artículo segundo de dicho reglamento dicho medio de comunicación debe “construir vehículos de integración nacional y enaltecimiento de la vida en común”.

También el artículo tercero hace hincapié en que los contenidos deben tener una amplia educación popular, difusión cultural, extensión de los conocimientos, propagación de las ideas que fortalezcan los principios y tradiciones, así como el análisis de los asuntos del país desde un punto de vista objetivo, a través de orientaciones adecuadas que afirmen la unidad nacional, la equidad de género y el respeto a los derechos de los grupos vulnerables.

Además de acuerdo a las disposiciones oficiales de la Ley federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión establece que:

“En la prestación de dichos servicios estará prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas.”¹⁰⁷

Desafortunadamente ninguno de estos preceptos se cumplen, cada día encontramos una oferta más pobre en cuanto a contenidos culturales, las principales temáticas de los programas están dirigidas a la diversión del receptor de una manera simple y burda, con conductores que promueven los estereotipos, la discriminación y las obscenidades. Imágenes violentas y explícitas en horarios familiares e incluso la burla, humillación y denostación a personas de grupos étnicos y con rasgos autóctonos.

¹⁰⁶S/A. *Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en materia de concesiones, permisos y contenidos de las transmisiones de radio y televisión*. 2002, Pág. 2, Recuperado en: [<http://bit.ly/18K2qeA>], (Consultado): 16-03-15 a las 21: 56

¹⁰⁷ *Ibídem*

Por otra parte la misma Ley de federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión establece en el artículo 226, que habla de las disposiciones generales de los contenidos que en el marco de la libertad de expresión los concesionarios de radio y televisión restringidos deben de promover:

- La integración de las familias
- El desarrollo armónico de la niñez
- El mejoramiento de los sistemas educativos
- La difusión de los valores artísticos, históricos y culturales
- El desarrollo sustentable
- La difusión de las ideas que afirmen nuestra unidad nacional
- La igualdad entre mujeres y hombres
- La divulgación del conocimiento científico y técnico, y
- El uso correcto del lenguaje.

A ojos de toda la sociedad los ideales propuestos por la ley no aparecen en los contenidos de los principales medios de comunicación, hecho que debería ser castigado por el estado con multas económicas que van del 0.76% hasta el 2.5% de los ingresos del concesionario, pero esto muy rara vez ocurre.

Otro punto que también es incumplido, es aquel que habla de la competencia entre concesionarios, pues la misma Ley de la que hablamos, establece en su título 1, Capítulo 1, misma sección, que el instituto debe imponer límites a la concentración de frecuencia y a la propiedad, debe evitarse que los concesionarios controlen varios medios de comunicación. Es obligación del instituto ejecutar las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia libre.

Televisa y Tv Azteca como bien sabemos controlan la mayoría de la televisión abierta mexicana, el duopolio, como también es llamado no representan competencia alguna, puesto que desde hace tiempo son socios comerciales que se reparten el mercado y ofrecen contenidos similares, lo que genera que la gente

no tenga alternativas interesantes en televisión, y ante esto las audiencias y autoridades competentes no hacen nada.

Es importante remarcar que los resultados del poder mediático obedecen a múltiples procesos de asimilación por parte del receptor, el contexto social que los rodea determina cuál será su respuesta o reacción ante el mensaje que se recibe. Los públicos no son homogéneos y por ello el signo emocional, ideológico y energético con el que se recibe el mensaje puede variar considerablemente.

La pertinencia de esta acotación responde a la necesidad de dejar en claro que dichos medios de comunicación no son omnipotentes, ni tienen la capacidad de generar efectos automáticos sobre las personas que siguen sus transmisiones, dejando al receptor en un papel pasivo, poco inteligente y sin capacidad de discernir los mensajes que recibe.

La capacidad a la que se hace alusión en la presente investigación responde a las habilidades tecnológicas e ideológicas, que como se ha podido apreciar a lo largo de la historia contemporánea del país, son altamente efectivas para la labor de los medios de comunicación.

Crear y cambiar formas de pensar y actuar de los individuos, y para imprimir fuertes direcciones sociales a los campos de conciencia de los mexicanos: su principal poder es virtual y mediático y de aquí se derivan otras influencias económicas, políticas, mentales y espirituales sobre las comunidades¹⁰⁸

Pero el trabajo de la televisión no se trata sólo de vender productos, sino de difundir ideas, estilos de vida, etiquetas e incluso de reproducir esquemas que traten de perpetuar y legitimarse.

¿Por qué la gente acepta sin reclamo las propuestas televisivas?, ¿es acaso que la sociedad está conforme con la oferta de contenidos que la televisión les da?,

¹⁰⁸ESTEINOU MADRID, Javier, *Los medios electrónicos...* Op. Cit. P.99

¿en verdad la música, el arte, las películas y programas de televisión transmitidos son lo que las personas quieren?

El Actor Daniel Giménez Cacho explica esta situación: “toda la actividad cultural y la expresión de lo que somos nosotros como mexicanos, todo se empieza a homogeneizar por que los canales para difundir nuestro arte, nuestra música están controlados por grupos muy pequeños, muy monopólicos que deciden que es lo que se va a vender”.¹⁰⁹

La sociedad busca en la televisión un elemento que le permita olvidarse aunque sea por instantes de su contexto tan adverso. El que las empresas hallan priorizado contenidos basados en la risa, el entretenimiento y la banalidad responde a la necesidad de las personas por tener un momento de esparcimiento.

*El factor económico es un punto determinante en esta situación. En México según el INEGI en su censo del 2010, el grado de escolaridad de los habitantes mayores a 15 años promedian apenas un poco más de segundo grado de secundaria.*¹¹⁰ La consecuencia de este bajo nivel escolar se traduce en trabajadores que carecen de preparación y que están destinados a trabajos extenuantes y con salarios muy bajos, que en ocasiones son insuficientes para cubrir sus necesidades más básicas.

En 2011 según estadísticas del INEGI recuperadas de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) mostraron que el promedio del salario de los trabajadores en México no llega ni a 6,000.00 pesos mensuales. Sin embargo

existen más de 35 millones de trabajadores que tienen una preparación básica o incluso menor que apenas alcanzan salarios de entre 2,800 pesos y los 3,100 pesos, así lo aseguro Manuel Molano director general adjunto del Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO)¹¹¹.

¹⁰⁹ *Hecho en México*, [Documental] producida por Lynn Fainchtein, Director Duncan Bridgeman, 2012, 99 min.

¹¹⁰ S/A, *Escolaridad*, [cuéntame.inegi.org.mx] Consultado el 22-3-15 a las 0:28, Disponible en: (<http://bit.ly/1jYJwOM>)

¹¹¹ MAYORAL JIMÉNEZ, Isabel. *Salario promedio lejos de 6,000 pesos*. [www.cnnexpansion.com] Consultado el 22/3/2015 a las 2:38, Disponible en: (<http://bit.ly/1CLdICB>)

La escasez de recursos en los salarios de los trabajadores reduce sus posibilidades adquisición, y esto hace que lo que percibe sólo pueda estar destinado a la satisfacción de necesidades básicas, como alimento, ropa, calzado y vivienda, dejando de lado todo tipo de actividades recreativas y con fines lúdicos, por lo que su única posibilidad de divertirse y entretenerse es la televisión.

Tal es así la situación, que en 1993 el entonces propietario de Televisa, Emilio Azcárraga Milmo declaró *México es un país de una clase modesta muy jodida, que no va a salir de jodida*, por lo que era una obligación para su empresa llevar a la gente diversión y entretenimiento que le permitiera a la sociedad escapar de su *triste realidad*.¹¹²

Nuestro mercado en este país es muy claro: la clase media popular. La clase exquisita, muy respetable, puede leer libros o Proceso para ver qué dicen de Televisa... Estos pueden hacer muchas cosas que los diviertan, pero la clase modesta, que es una clase fabulosa y digna, no tiene otra manera de vivir o de tener acceso a la distracción más que la televisión.¹¹³

En palabras del reportero Jenaro Villamil tras las declaraciones del empresario conocido como *El Tigre*, anteriormente citadas, *la televisión comercial es para enajenar ("divertir") a los jodidos. No pretende más que incorporar a los pobres a la sociedad de consumo. Y tampoco pretende sacarlos de esa condición. Mucho menos instruirlos*.¹¹⁴

El escritor mexicano Antonio Velasco Piña, en el documental *Hecho en México*, reflexiona sobre la posición en la que se encuentra la sociedad mexicana y cómo es que la televisión logra incidir en ella:

Actualmente predomina una masificación, somos manipulados por una serie de ideologías que no reflejan la realidad, sino que tienden a lograr que pequeños grupos posean el control político y económico y para ello necesitan condicionar

¹¹²VILLAMIL, Jenaro. *Televisión para jodidos*. [www.proceso.com.ms] Consultado el 22-3-15 a las 2:01, Disponible en (<http://bit.ly/1q9Js87>)

¹¹³VILLAMIL, Jenaro. *Televisión para jodidos*. Op. Cit.

¹¹⁴ Ibíd.

la mente de la gente convirtiéndolas en grandes rebaños que pueden ser manejados a través de ciertos conceptos.¹¹⁵

El gran negocio que significan las televisoras va más allá de las grandes ganancias económicas que estos generan, sino el control político que han ido obteniendo a partir del manejo que tienen de las *grandes masas* con sólo administrar la información.

Hay que encarar tareas de gran actualidad político – cultural y sociopolítica sino se desea dejar a la población por completo en manos de los mensajes enajenantes. En este terreno el problema no consiste tanto en adoptar nuevas medidas jurídicas para mejorar los contenidos, sino más bien en aplicar de manera consecuente las actuales posibilidades legales.¹¹⁶

¹¹⁵*Hecho en México*, [Documental], *Op. Cit.*

¹¹⁶BOHMANN, Karin. *Medios de comunicación... Op. Cit*

Capítulo III

Escenario actual a partir de la creación de imágenes

1.-Medios de comunicación: moldeador del entorno político, social y económico

Actualmente en lo que lleva el presidente Enrique Peña Nieto en el Poder Ejecutivo, varios medios de comunicación tanto nacionales como extranjeros han dado información acerca de la relación que lleva la Presidencia de la República con una de las televisoras más influyentes (Televisa).

Lo que es el retorno más firme que nunca de lo que representa el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y Televisa, como medio de comunicación y partido político en la vida social mexicana, se deja entrever gracias a las Redes Sociales y el auge de Internet.

Por ello no es de extrañarse que Televisa represente esos intereses oscuros del Partido Revolucionario Institucional al manipular todos los comicios electorales de 1988 a la fecha. Ya que su interés como empresa es tener cautivos a todos los televidentes que se pueda para ejercer el control económico. Para alterar la capacidad de las personas y promover la ignorancia para que la corrupción y la transa se mantengan como ejes de gobierno en el país.¹¹⁷

En México los medios de comunicación y, en particular la televisión, a lo largo del tiempo se han ido estructurado como agentes que permean de manera sustancial dentro del ámbito político, económico, cultural y social. Aspecto que han sabido aprovechar muy bien los actores políticos mexicanos y los magnates de las comunicaciones para sus objetivos personales.

La política nacional ha sabido claramente cómo beneficiarse de los medios de comunicación preponderantes y por supuesto esto deriva en que las Leyes en

¹¹⁷ RENDON LOZANO, José Carlos. *Políticas de comunicación y telecomunicaciones en México. El estado frente a las estructuras de propiedad y control*. Recuperado de <http://bit.ly/1EnjYGk>. Consultado el 12-9-14 a las 14:56 p.m.

Telecomunicaciones les brinden mejoras para poder “retribuirles” de alguna forma, aparte de los millones de pesos en publicidad anual para legitimar su gobierno, los servicios que las televisoras les ofrecen en mejora de su imagen política y otros aspectos.

La gente de la televisión estaba doblemente dominada: en primer lugar, por el hecho de que pesaba sobre ella la sospecha de depender políticamente de los poderes públicos, estaba dominada desde el punto de vista cultural, simbólico, desde el punto de vista del prestigio, y, además, estaba dominada económicamente en la medida en que dependía de las subvenciones del Estado, lo que le restaba eficiencia y poder (...) esta relación se ha invertido por completo y la televisión tiende a volverse dominante...¹¹⁸

El mandatario Peña Nieto muestra todo su reconocimiento hacia Televisa, sin tapujos, él y sus colaboradores en la Cámara de Diputados y en el Senado de la República se han encargado de congratular y enaltecer el orgullo por tener en el país a una de las compañías con más poder económico y mediático en el mundo, ¿cómo? Aprobando leyes en menos de cinco minutos que sin más ni menos le otorguen más rentabilidad en el presente y futuro al consorcio.

¹¹⁸BOURDIEU, Pierre. *Sobre la televisión*. Ed. Anagrama, Barcelona, 1996. P. 61.

2.- Televisión fabricante de información

Para poder hablar de la televisión no sólo como un aparato, en todo el sentido que la palabra implica, sino como medio, hay que remontarse a la fotografía, ésta como pionera del registro de la “realidad” y, de acuerdo al autor Diego Levis, es el primer medio mecánico para registrar y conservar la memoria visual de lo vivido en una fracción de tiempo capturado donde la imagen fotografiada sirve como un testimonio de los hechos, como una interpretación de la realidad.

Entonces la imagen como resultado de la fotografía es uno de los antecedentes que registran la interpretación de la “realidad” para poder contar con un archivo de los acontecimientos. Es “un puente en el tiempo que también lo es en el espacio”¹¹⁹.

La imagen por sí sola no impresionaba tanto a la gente, hasta que se le agregó el movimiento fue lo que dio pie para tener mayor impacto en la sociedad. Fue así como surgió el cine quien logró restituir el movimiento natural de los seres y de los objetos e incrementó además la ilusión realista que tenía hasta ese momento la fotografía. El cine filmaba la imagen.

El auge de éste no bastaría, y paulatinamente fue reemplazado por la televisión. La imagen televisiva aparece como *la prolongación natural de lo real*, a pesar de que el cine y la fotografía registraban imágenes sobre el contexto, la televisión gracias a su señal eléctrica podía recaudar *los trazos luminosos de lo real*, los cuales predominaron y sobresalieron sobre esos dos medios a los que finalmente desplaza.

La forma en que los medios audiovisuales despertaron las emociones en la sociedad fue inigualable a otros medios de comunicación, pues la televisión, por ejemplo *agitaba y seducía emocionalmente*; porque como alude el escritor Santiago Martín de la Fuente es amplificador de emociones más que de intelecciones, cuando se trata de conmover, el sonido de la voz humana, la armonía de la música aunado a la imagen actúa como un detonador de sensaciones emotivas.

¹¹⁹ LEVIS, Diego. La pantalla ubicua (televisores, computadoras y otras pantallas). P. 198.

Aunque el cine también contaba con éstos elementos, el televisor al encontrarse en la sala, la habitación, la cocina, la tienda, y muchos otros lugares de convivencia social le ganaba poco a poco el espacio que utilizaba el cine, además de ser un aparato fácil de transportar y la inversión, aunque mayor que un boleto de cine, su estancia en el hogar era por un periodo prolongado, todo lo contrario al gasto que generaba ir al cine.

Para él la televisión es un espejo en constante mutación, que representa el presente continuo, pero también las rupturas, los momentos de crisis en una “realidad” cambiante.

Pareciera que han pasado millones de años desde la aparición de la *Paleotelevisión* como la llama el semiólogo Umberto Eco. El escritor hace referencia a dicho concepto para hablar sobre la evolución de éste medio, de cómo se pasó de la *Paleo* a la *Neo* con la multiplicación de cadenas, la privatización de emisoras y finalmente la manera en la que se ha tenido que transformar con el nacimiento de las nuevas tecnologías.

El filósofo italiano plantea que con la *Neotelevisión* sería imposible hacer una lista de la programación, personajes e información que se transmiten y no sólo por la diversidad, sino por la dificultad que implica recordar y reconocer cada uno de ellos.

Rememora la *Paleo TV* como un medio donde había poca cosa que ver antes y después de medianoche, al mismo tiempo controlada por los hábitos morales constantemente sometida a censura, concebida para un público “ideal”, moderado y excesivamente católico, donde se tenía que hablar de manera depurada. Todo lo contrario a la *Neo TV* que ofrece decenas de programas hasta altas horas de la noche como reproductor de ritos y mitos desde distintos ángulos.

La *Paleo* o simplemente la televisión de los años cincuenta, rememora el sociólogo Pierre Bourdieu, pretende ser cultural y utilizar en cierto modo su monopolio para

imponer a todos, productos con pretensiones culturales que moldearan los gustos del gran público.

Con el paso del tiempo, ya en los noventa el medio explota y halaga esos gustos para alcanzar mayores cifras de audiencia, de manera que se ofrece al telespectador programas sin refinar como: *talk-show*, *retazos de vida*, *exhibiciones sin tapujos de experiencias vividas*, a menudo extremas e ideales para satisfacer una necesidad de voyeurismo y exhibicionismo; incrementando de manera desproporcional un peso simbólico.

Con la mercantilización a gran escala de los medios de comunicación en el mundo, la competencia aumentó, las cadenas de televisión recurrieron a los viejos trucos de los diarios sensacionalistas y le dedicaron más tiempo a ese tipo de información.

Ver la televisión es una de las prácticas más comunes que realiza la sociedad, le dedica un determinado número de horas y representa la mayor experiencia de ocio, es parte del tiempo libre compatible con la banalización. El tipo de información que el sujeto busque determina las imágenes vistas; la curiosidad o exotismo son los que definirán la programación que él mirará. “El contrato ya no se funda en el creer o en el entender sino en el ver”, como lo describe Gerard Imbert en *Televisión y cotidianidad*.

Aunque algunas personas nieguen que la televisión es la reina de los medios de comunicación, son fieles a ella, la consumen, eso sí, sobre ésta han pasado una tormenta de cambios tecnológicos, regulatorios y sociológicos, arrasaron con el modelo tradicional lo que en distintas ocasiones pudo haberla llevado a una enorme inestabilidad asevera Juan M. Zafra autor del libro *La televisión que viene*.

Dentro de todos los mensajes de la modernidad existentes, la televisión es el medio que reúne con “mayor densidad los diferentes discursos flotantes que reflejan la evolución del sentir colectivo”, es una esponja que se determina por una enorme cabida de hablas ajenas, temas, contenidos y los incluye en un universo temático,

que transforma en términos narrativos para integrarlos a lo que llama el escritor español Gérard Imbert el “gran relato de la vida” el *imago mundo* posmoderno.

Ese *imago mundo* como él lo describe, se encuentra en permanente mutación al ser un espejo en constante adaptación con un fluir continuo que crea espacios comunes donde todos los que se reúnen frente a ella (ya sea en la mañana, tarde o noche) encuentran una identificación, *aunque sea momentánea o prestada*.

Un gran ritual que coexiste con la “realidad” de la sociedad y toma el papel de las ya obsoletas, ineficientes o *desimbolizadas*, ceremonias de la religión por ejemplo, superando límites geográficos, culturas, clases y razas. Logra ser el gran ritual moderno y vehículo transmisor de mitos; es la caja de resonancia del imaginario colectivo.

La televisión ha perdido el pudor a la hora de mostrar a la cámara: la jirafa y el entramado técnico que revela lo falso que puede ser la comunicación, nada queda fuera de la emisión, va más allá de una simple representación, sostiene Umberto Eco.

Como resultado de un contexto variable las televisoras se ven en la necesidad de generar espacios comunes para la sociedad por medio de lugares ordinarios y clichés, imponiéndose como *gran casa de citas* en la que todos tienen un lugar; al mismo tiempo que se produce un espectáculo masivo que genera adhesión e identidad (momentánea).

De esa forma escribe Gérard Imbert, acompaña a todas partes, en todos los continentes, envuelve sin imponerse como un género musical, es lo suficientemente estratégica para evitar identificaciones excesivas, casi todo es ambiguo.

Cuando los factores anteriores se conjugan, la audiencia dispersa y desatenta que ve un programa de televisión alcanza un grado de identificación superficial con los mensajes transmitidos, pero esto no quiere decir que los argumentos que se

presentan junto con la información concuerden con su opinión, a veces simplemente se utiliza como distractor, para enajenarse de la “realidad” del día a día.

Dicha diversión, aunque sea enajenante, no representa un apartarse del mundo, aunque suene paradójico, ¿por qué? Porque el mismo medio se alimenta de la “realidad” de la sociedad y le devuelve un relato cargado de valor mítico, atemporal, hiperreal, entonces el contrato del receptor ya no se funda en creer o entender sino sólo en ver.

El mito de la transparencia (el pensar que ver equivale a entender), el mito de la cercanía (ver igual a poseer), el mito del directo (como abolición de la distancia enunciativa y narrativa), el mito, en fin, de una televisión de la intimidad (...) como si ver más permitiera entender mejor, como si la cantidad de información pudiera ser la garantía de una mejora calidad de comunicación...¹²⁰

Éste medio empieza a adueñarse del entretenimiento doméstico de cada rincón del mundo. Con la invención de la transmisión a color de las imágenes, la televisión se empieza a popularizar, se convierte en un hito de *la sociedad de las imágenes*.

El francés Pierre Bourdieu asevera que la televisión tiene una particularidad, la de producir lo que los críticos literatos llaman el *efecto de realidad*, es decir puede mostrar y hacer creer en lo que muestra, es un poder de evocación, capaz de provocar o no fenómenos de movilización social, donde los sucesos, los incidentes o los accidentes cotidianos pueden estar preñados de implicaciones políticas, éticas, entre otras.

Es así, como la televisión que pretende ser una herramienta que refleja la realidad, acaba convirtiéndose en un aparato que crea una “realidad”, se convierte en el árbitro del acceso a la existencia social y política.

Éste medio es un instrumento de comunicación poco autónomo sobre el que recae una serie de constreñimientos originados por las relaciones sociales entre los

¹²⁰IMBERT, Gerard, Et. al. *Televisión y cotidianidad. La función social de la televisión en el nuevo milenio*. PDF P. 51.

comunicadores, son relaciones de competencia despiadadas, basadas en intereses comunes, casi siempre, vinculados a su posición en el campo de la producción simbólica, lo que deriva en que la televisión, que aparentemente no tiene límites, se encuentre muy controlada.

A lo largo del tiempo las representaciones que tiene una imagen han funcionado para que la memoria no olvide lo vivido y diferencié entre lo soñado y lo deseado. Entonces la televisión adquiere todas estas características desde su nacimiento y “le revela al espectador la representación más o menos fiel de un modelo preexistente o la expresión del universo creativo”.¹²¹

El medio audiovisual se presenta como único, efímero y *candente* ante el receptor; para contrarrestar la importancia social, las personas en su hogar crean un mecanismo de defensa como: una recepción desatenta, compartida, que discursivamente significa rebeldía y construye la ilusión de poder, expresa el escritor Santiago Martín de la Fuente en su libro “No es lo mismo ver la televisión que leer un libro”.

Con la aparición del televisor se vive a través de una pantalla como le menciona el escritor Diego Levis, esto conlleva a un nuevo estilo de vida, es decir se entra a la *televida* lo que puede resultar en el aislamiento ante el entorno social. El medio representa una “protección” ante el contexto en el que se encuentra inmerso el sujeto, pues no es casualidad que presenten un entorno cada vez más hostil en el que se conduce de manera creciente el alejamiento hacia la sociedad.

Existe una constante mediatización de la vida social, ya sea del trabajo, entretenimiento, educación, cultura, política, economía, relaciones afectivas, por mencionar algunas, por medio de sofisticadas técnicas de comunicación; todo con el fin de alcanzar un control que convierta a la sociedad en un conjunto desarticulado de personas que sólo deseen satisfacer sus necesidades personales y que a su vez se encuentren ajenos al interés común y a la construcción colectiva de un país.

¹²¹LEVIS, Diego. *La pantalla ubicua (televisores, computadoras y otras pantallas)*.p. 198.

Es en este momento cuando el ser aislado se siente solitario y escucha la radio o ve la televisión para experimentar la sensación de participación que podría tener en la sociedad, además cubre su ilusión de no estar solo. De manera que la televisión deja de ser un mero reflejo fotográfico de la realidad es una “televisión de la intimidad” y pasa a intervenir en ella, a recrear, como lo menciona el autor Santiago Martín de la Fuente y Gérard Imbert.

La satisfacción que obtiene el individuo cuando lee, ve televisión o escucha la radio puede centrarse en torno a su deseo de conocimiento, de estar informado; de entretenimiento; o de contacto con alguien, de huida de la soledad y del aburrimiento; de pertenencia simbólica...¹²²

Con el tiempo los instrumentos de comunicación se volvieron “fundamentales” para la supervivencia de las personas, en un mundo globalizado sería imposible no mantenerse al tanto, además esto hace que el individuo tenga un sentido de pertenencia al mundo “real”, el medio es una prolongación de los sentidos.

Parece que el “ver más permitiera entender mejor, como si la cantidad de información pudiera ser la garantía de una mejor calidad de comunicación, como si el criterio cuantitativo se sobrepusiera al cualitativo; pero en realidad todos los días ocurre todo lo contrario: el exceso de visibilidad puede provocar saturación”, comenta Gérard Imbert en “La hipervisibilidad televisiva”.

La comunicación audiovisual se traduce entonces en un fenómeno social que abarca diversos aspectos de la vida político, cultural y social de la gente, donde el código que se transmite por medio de imágenes y audio no *pretenden* que el receptor *comprenda sus significantes, sólo que los reconozca*.

Las imágenes sonoras son captadas sin esfuerzo y producen en el sujeto una cómoda y gratificante sensación de realidad, de forma que lo inalcanzable queda sometido al poder de la mirada. Los mensajes tienen la credibilidad de lo

¹²²MARTÍN DE LA FUENTE, Santiago. *No es lo mismo ver la televisión que leer un libro*. PDF. P. 6.

evidente, que no precisa un cuestionamiento, sino simplemente su aceptación.

Nos referimos a la aparente verdad de las imágenes.¹²³

Martín de la Fuente expone que una persona cuando llega a su casa después de un día agotador, en el momento de encender la televisión inmediatamente salta a su cerebro un estado neutral, un cerebro aquietado por lo puntos que se encienden de manera secuencial por la sensación que detona ver imágenes brillantes y sensuales acompañadas de ritmos y movimientos.

Los medios pueden utilizar este momento para crear una ilusión de “realidad”, *ocultar el hecho de que un profesional de la imagen, ha organizado convenientemente, seleccionado, fragmentado*, impuesto tiempos y ritmos para crear un código audiovisual. Sin embargo, el saber que muchas personas pueden mirar lo mismo provoca “conformidad grupal”.

Hay que aclarar en este momento que no se pretende caer en la controversia de una audiencia pasiva, puesto que sería volver a la teoría de la aguja hipodérmica que desde hace varios años se encuentra superada.

Si bien, los telespectadores ven en la televisión a un medio de distracción para enajenarse por un momento de lo que le rodea, no quiere decir que no vea dicho medio de forma crítica y sólo se deje llevar por las informaciones presentadas. Sin embargo todo depende del contexto en el que se encuentre cada individuo, las situaciones son tan diversas como las sociedades; y las maneras en las que se ve y viven los medios de comunicación en el mundo son múltiples.

Después de los cincuenta pareciera que los concesionarios de los medios de comunicación, publicistas, políticos, entre otros, centraron su mirada hacia uno en especial, la televisión, ya que se ha convertido en el electrodoméstico imprescindible en los hogares en el que se desarrolla la vida familiar y por tanto una de las herramientas con más poder.

¹²³Ibíd. P. 5.

Gérard Imbert menciona en el libro *Televisión y cotidianidad* la televisión se ha convertido en el gran ritual de la modernidad al ser un medio que ofrece espectáculo, en donde se han desarrollado con el paso del tiempo nuevos modos de seducir, que modifican la relación con el espectador al mismo tiempo que acercan a la “realidad”.

Se integran en el *contrato comunicativo* como el escritor Imbert lo llama, una serie de programas o escenificaciones de la “realidad” en forma de espectáculo, de manera que se desvanece la barrera entre los géneros, la información, el entretenimiento, lo público y lo privado y finalmente entre realidad y ficción.

Pero la línea delgada poco existente entre lo público y lo privado no es meramente de la televisión, al contrario hoy en día todo se ha vuelto parte de un espectáculo y la televisión hace uso de esto para reproducirlo en los programas, todo ello con una clara inclinación: el sensacionalismo y la ventilación de la vida privada.

Sin duda como lo expresa el autor el medio que más utiliza este aspecto de la cotidianidad es la televisión y por ello se le cuestiona la función social y se difuminan los límites entre educación, información y entretenimiento que debería tener.

La fama de la televisión radica en lo anterior, además no deja de ser un medio que permea de manera constante en la vida cotidiana, pues constituye parte de la “realidad” y al mismo tiempo del imaginario social, en este sentido es *una formidable cámara de eco de lo colectivo, refleja los conflictos y las crisis de la sociedad.*¹²⁴

La televisión desde hace poco más de seis décadas se ha convertido en una herramienta de conocimiento de los hechos locales e internacionales. En la medida en que, es *reconstructora de la realidad, de una realidad propia*, al mismo tiempo, paradójicamente, informa sobre un hecho vivencial de la cotidianidad, a la par de la fabricación del imaginario(s) social.

¹²⁴MARTÍN DE LA FUENTE, Santiago. *No es lo mismo ver... Op. Cit.* P. 5.

¿Pero qué ha hecho que la televisión conecte de tal forma con la audiencia? Los modelos comunicativos han evolucionado junto con la sociedad para poder ser “una ventana al mundo con valor referencial” como la llama Umberto Eco, donde el espectador se identifica con sus deseos y fobias, es decir con su imaginario a través de un discurso cotidiano.

De esa manera la televisión crea una conexión con las personas, al mismo tiempo de ser un escenario de la constitución de imaginarios colectivos desde los cuales la sociedad reconoce y representa lo que tiene derecho a esperar y desear, aseguraba F. Colombo.¹²⁵

Actualmente este medio de comunicación teje poderosas complicidades entre la cultura oral y la visual; en el caso de América Latina las contradicciones de la modernidad tienen incoherencias, pues parece que el espacio social que la televisión ocupa (al menos en función de la importancia que tienen los temas que en ella aparecen) es mayormente desproporcional a la ausencia de espacios para que la sociedad se exprese y haya cabida a negociaciones para solucionar los conflictos que los aquejan a través de un diálogo entre el gobierno y ellos.

Jesús Martín Barbero escritor colombiano expresa lo imposible que es saber lo que la televisión hace a la sociedad si ésta desconoce totalmente las demandas y problemas de su entidad. *Cierto, de México hasta Brasil o Argentina, la televisión convoca como ningún otro medio a las gentes.*

Pero el rostro que de esos países aparece en las emisiones *no sólo es un rostro contrahecho y deformado por la trama de los intereses económicos y políticos que sostienen y moldean a ese medio, es también paradójicamente el rostro doloridamente cotidiano de todas las violencias, desde el maltrato a los niños a la generalizada presencia de la agresividad y la muerte en las calles.*

¹²⁵Ibid. P. 10.

De otra parte de la televisión se ha constituido en actor decisivo de los cambios políticos, en protagonista de las nuevas maneras de hacer política, a la vez que es en ella donde el permanente simulacro de los sondeos suplanta la participación ciudadana, y donde el espectáculo truca hasta disolver el debate político.¹²⁶

Es solamente en la televisión donde pareciera que la presentación de los avances tecnológicos y la modernidad en el mundo se puede ver, en Latinoamérica esa es la manera en donde la mayoría de los sujetos pueden acceder a ella, a través de imágenes, “son ellas las que median el acceso a la cultura moderna en toda la variedad de sus estilos de vida, lenguajes y ritmos”¹²⁷.

La televisión ha modificado y desordenado la idea de los límites y ha alterado el campo de la cultura, al separar la “realidad” de la ficción y fusionarlas, además de borrar la línea entre espacio de ocio y trabajo.

Este medio sirve de “autorreferencia de reemplazo al mundo real” como lo escribe José Luis Sánchez Noriega en el apartado *Rituales de seducción de la neotelevisión* en el libro *Televisión y cotidianidad*, donde también expresa que la televisión presenta un mosaico de funciones, formatos y contenidos con capacidad de enseñar, entretener, informar, conversar, distraer y acompañar al sujeto.

Esto hace que el medio sea autosuficiente, “aspira a que toda referencia del individuo a la realidad histórica pase por la mediación televisual, donde las personas conocidas, lugares de interés, opiniones existentes son “reales” en cuanto han sido puestas en circulación a través de la pequeña pantalla y, por tanto, han sido legitimadas por ésta”, menciona el escritor Gerard Imbert.

Trata de sustituir la “realidad” misma, hacer del mundo un discurso audiovisual, donde la única “realidad” funcionalmente existente sea la que se muestra por medio de las transmisiones.

¹²⁶IMBERT, Gerard, Et. Al. *Televisión... Op. Cit.* P. 12.

¹²⁷ *Ibíd.* P.13

Gracias a puntos como los mencionados la televisión no pierde su función “especial” en la sociedad y trata de mantenerla al generar espacios comunicativos, al margen de los discursos reconocidos por el hombre para que éste no se sienta ajeno ante lo que se le presenta; en otras palabras establece una forma transversal de comunicar donde no se informa enteramente y no todo suele ser lúdico, se presenta una versión degradada del discurso público, es: “un discurso común” o como lo llama la socióloga Dominique Mehl es “habla profana” que nace de un nuevo pacto comunicativo entre el medio y el público.

Se hace uso del lenguaje cotidiano, de la jerga del hombre de la calle, que al final resulta en un discurso entendible que convierte al medio en una forma conversacional que se basa en programas “envase” capaces de transmitir y abrazar todas las formas de espectáculo televisivo y entonces...

...nada escapa al ojo de la mirada mediática, todo se vuelve de dominio público, y esto inclina hacia una relación voyeurista con los objetos de la actualidad, dentro de una trivialización del discurso del saber; y esa mutación profunda afecta directamente a la manera de aprehender la realidad, a la competencia cognoscitiva del sujeto social.¹²⁸

El filósofo alemán Theodor Adorno en 1969 señalaba que la voluntad de ver la televisión era para construir un universo propio, alterno al mundo “real”;

Para la sociedad el televisor puede tener un sin fin de significantes, la imagen espectacular, aunque limitada, distorsionada, descentrada del mundo “real” es un *sueño insomne* que conlleva la posibilidad de crear auténticas ensoñaciones, aunque muchos intelectuales vean en ella una pesadilla, asevera José Luis Sánchez.

La capacidad de *seducir, cautivar, fascinar, encantar* le atribuyen al televisor un papel especial en el comedor, la recámara, la cocina, la tienda de la esquina, el poblado más precario, y donde haya la posibilidad o el crédito para comprar un

¹²⁸Ibíd. P. 56.

televisor. Dichas cualidades hacen que las personas sean atraídas de manera que abandonan por instantes, placenteramente su capacidad crítica ante el objeto, al sustituirla por sentimientos de emotividad.

Pero, el discurso audiovisual que se presenta no podría funcionar totalmente sino se presentará una *televisión de proximidad* como la llama Sánchez; el espacio común, las maneras en cómo se reproduce el contexto habitual del sujeto y el lenguaje coloquial son factores determinantes para que la audiencia forme un vínculo familiar con el medio, como ya se mencionó. Entonces el mundo queda “reducido en sus dimensiones “reales” a un espacio comprensible para un espectador confortado”.

La *televerdad* muestra la espectacularización de los sentimientos, de la información y de las mismas noticias nacionales como internacionales, el morbo como elemento imperante empleado para alcanzar la catarsis del receptor. Todo puede ser usado para mofarse, la nueva televisión abandonó la seriedad de los temas políticos, económicos, culturales y sociales para comentar, parodiar, dudar y reír.

Históricamente, el espectáculo se ubica en un tiempo y un espacio extraordinarios que exigen una disposición en los espectadores asistentes a una experiencia singular, diversa de la vida cotidiana, donde hay una fractura entre la representación y el público; con la televisión, el espectáculo deviene ordinario, cotidiano, accesible a cualquier hora del día o de la noche. Este espectáculo hogareño (...) anula la posibilidad de cualquier experiencia singular, de ruptura con la vida cotidiana...¹²⁹

Se dejó de desconfiar en la imagen o en las proyecciones y con ello la alegoría de la caverna de Platón parece estar vigente. La imagen ha añadido un plus de significación a la “realidad”, no es extraño que una persona diga en determinado instante de su vida que lo que ha visto le sea parecido a lo que observó en el televisor. La imagen adopta cierto protagonismo, adquiere valor por sí misma.

¹²⁹IMBERT, Gerard, Et. Al. *Televisión... Op. Cit.* P. 37.

En la actualidad la imagen con la ayuda de la tecnología y la informática es creada de tal forma que es casi imposible, en algunas ocasiones, distinguir entre si es o no verosímil.

Cuando el medio le presenta emisiones en directo al receptor desde el lugar de los acontecimientos, la televisión se vuelve imprescindible y se sobrevalora las transmisiones *en directo*, que aparecen ante el sujeto como la “realidad” misma, es testigo, siente felicidad por ser parte de la historia, pero esto no quiere decir y mucho menos equivale a que los datos que se proporcionan en vivo no sean estratégicamente puestos de tal o cual forma para plasmar lo que se quiere que piensen las personas. “El directo resulta, entonces, ejercicio de simulación para mostrar una fuente más cercana del acontecimiento”, redacta José Luis Sánchez.

Entonces el medio se muestra como un collage de funciones, formatos y contenidos con capacidad para instruir, entretener, informar, conversar, distraer, acompañar, escuchar, entre muchos otros beneficios.

No conforme trata de sustituir la “realidad”, de hacer que el mundo transmitido por medio de imágenes sea la *única realidad funcionalmente existente*. Pero nada de eso se podría lograr sin la ayuda de los televidentes, pues a pesar de lo limitado, distorsionado y descentrado que parezca el discurso audiovisual del “mundo real” establece un *sueño insomne*, donde grandes sectores de la sociedad ve en la imagen especular la realización de sus ensoñaciones.

A pesar de los rezagos que se presentan en los países subdesarrollados, la televisión y la producción para seguir siendo el medio más importante en las sociedades tercermundistas no para, tanto así que Umberto Eco llama a la televisión de hoy *neotelevisión*. Su origen radicó en la multiplicación de canales que se dieron en América Latina en la década de los ochenta y gracias a esto se generaron nuevos soportes como cable, satélite y la digitalización.

Se puede definir la *neotelevisión* nacida en los años noventa como aquella forma de comunicación que se caracteriza por el flujo audiovisual ubicado en palimpsesto (..) y presidido por la fragmentación, por la heterogeneidad y la intertextualidad de los mensajes (...) la permanente crisis y evolución de los géneros y formatos, el recurso a la espectacularización de las emisiones (...). La *neotelevisión* se manifiesta plenamente en algunos formatos nuevos y está presente de modo intermitente en el resto de la programación, pero coexiste con la televisión clásica.¹³⁰

La *neotelevisión* es la producción de audiencias, se tienen que estudiar los procesos de comunicación para llegar a más público, ello determina el agotamiento de los contenidos para ir en busca de nuevos espacios en la era de la postmodernidad. Una de las características más importantes para dicha definición es el aspecto industrial-económico donde finalmente “las empresas televisivas producen más audiencias que se venden a los inversores publicitarios”.¹³¹

El espectáculo también forma parte de esta nueva etapa de la televisión, seduce al individuo y lo lleva a experimentar momentos singulares, pero sobre todo irrepetibles lo que hace que sea un hecho único en su vida “cotidiana”. También se presentan estos elementos en los programas informativos, *para los que buscan imágenes de impacto o puestas en escena que superen la mera narración verbal de los hechos por la vía de la dramatización de las noticias, con el riesgo de convertir la información y el saber en procesos emocionales*, escribe Sánchez Noriega en el libro *T.V y cotidianidad*.

Lo anterior es con el fin de conquistar sus objetivos comerciales, en una época *de colapso de la comunicación*, por ello los componentes sentimentales y emocionales van en aumento, esto se puede observar en la programación dedicada a mercantilizar el dolor y espectacularizar la información, los cuales dan como resultado el morbo y la catarsis del espectador, lo que siembra el deseo de diversión.

¹³⁰ IMBERT, Gerard, otros autores. *Televisión... Op. Cit.* P. 32.

¹³¹ *Ibid.* P. 31.

El éxito de la *neotelevisión* reside en los lazos afectivos que engendra con el espectador, el individuo al sentirse refugiado ante un contexto y sociedad cada vez más complejo que le reclama su participación, prefiere mantenerse informado a través de la pantalla sin intervenir, al dejarse llevar por comentarios, parodias y risas sobre los acontecimientos que le rodean, todo, absolutamente todo es una pantomima, que se dirige de manera deliberada a una persona distraída y cómoda.

La programación se caracteriza por los puntos citados, ya que las televisoras no desean y mucho menos quieren arriesgarse a perder a los televidentes, su rating y lo más importante sus ingresos económicos derivados de la publicidad privada o estatal, explica un poco del porqué de los programas banales. “Ya no hay que ser sublimes sin interrupción, sino chistosos sin descanso, y perder la popularidad es más imperdonable que perder la vergüenza”.¹³²

La característica principal de la Neo TV es que cada vez habla menos (como hacía o fingía hacer la Paleo TV) del mundo exterior. Habla de sí misma y del contacto que está estableciendo con el público. Poco importa que diga o de qué hable (porque el público, con el telemando, decide dejarla hablar y cuándo pasar a otro canal). Para sobrevivir a ese poder de conmutación, trata entonces de retener al espectador diciéndole: “Estoy aquí, yo soy yo y yo soy tú.”¹³³

Uno de los rasgos de la *neotelevisión* es el carácter industrial-económico, es decir la competencia entre las cadenas y la lucha por la audiencia es su elemento dominante. Todo el flujo de programas, personajes, temas, formatos, duraciones, entre otros es para obtener un aumento en el rating y a dicha meta se someten ideas, estrategias, creatividad que se plasman en el discurso audiovisual.

Todo con una finalidad, comenta Sánchez Noriega de que las empresas televisivas produzcan audiencias para vender a los inversores publicitarios. Pero, ¿cómo lo obtienen? De una manera relativamente fácil, con el hecho de que una persona encienda el televisor para verla ya está proporcionando ingresos publicitarios.

¹³²IMBERT, Gerard, Et. Al. *Televisión... Op. Cit.* P. 39.

¹³³ ECO, Umberto. *La estrategia de la ilusión. TV: La transparencia perdida.* PDF. P. 1.

La *neotelevisión* está por enfrentar grandes retos, en la actualidad con el dominio de la Internet, las emisoras deben cuidar y empezar a transmitir informaciones que sean capaces de competir con lo que hay en la plataforma digital, si es que no quieren que emigre gran parte de su audiencia hacia ese medio de comunicación.

Al parecer éste medio no se quiere quedar atrás y ahora anuncia la HDTV, que requerirá una nueva adecuación del parque de televisores y decodificadores para lograr llegar a una audiencia creciente, escribe Juan M. Zafra. Para Umberto Eco la *neotelevisión* existe, dado que es verdadera por el simple hecho de ser una invención televisiva, de eso no cabe la menor duda.

Finalmente sea paleo o neo, la televisión es un medio que ha sido preparado para entretener no para educar, específicamente en México, su relación con la sociedad se ha constituido por medio del espectáculo y la trivialización de la vida. La evolución del medio se ha formado sólidamente hacia la universalización del consumo colectivo; es un medio completamente *dependiente del entorno*, aunque paradójicamente, tenga relación con la construcción de la “realidad”.

Tiende a encerrar al hombre en su propio mundo, a no interesarse por lo que ocurre en otro contexto. A más de 60 años la televisión ha adquirido experiencia y aprendido que el uso de la tecnología es primordial, pues gracias a la conexión con las redes y a los descodificadores digitales con los que cuentan le ofrecen al espectador privilegios para que la sigan consumiendo y seguir siendo parte del espacio íntimo y de información.

La televisión ha cambiado. No, no ha muerto como muchos aseguran, pero ha mutado, está en un proceso de transformación que se irá acentuando con los años, con los meses, cada día, cada minuto. Y si no, que se lo pregunten a los responsables de las cadenas.¹³⁴

¹³⁴ M. ZAFRA, Juan. *La televisión que viene*. Ed. Evoca. PDF . P. 7.

2.1.- Historia de la televisión en México

Desde el siglo pasado el medio con mayor relevancia en el país es la televisión, tomó su discurso verbal en imagen como ventaja, lo que lo hizo superar a los demás medios de comunicación, puesto que en los noventa la mayor parte de la población no sabía leer ni escribir.

En una nación donde, por desgracia, las personas que tienen acceso a la educación pasan largos años leyendo “forzosamente” como parte de un deber estrechamente ligado al sistema educativo; dota a la televisión como medio, donde no es necesario leer para poder saber lo que acontece alrededor del mundo y en algunas localidades del país.

De esa manera la televisión toma un papel importante en la sociedad, se le ve como una herramienta para mantenerse informado. Entonces no es que el medio se haya convertido en un objeto de poder como lo llaman varios autores por sí sólo, sino que la cultura en la que se desarrolló le dio todos los elementos para poder ser juez y parte de las problemáticas sociales, políticas y económicas de un país desprotegido.

La televisión, hoy, no sólo se ha sustituido a los grandes mediadores culturales (Familia, Escuela, Intelectuales), sino que, de alguna manera sustituye una realidad por otra: a un déficit de intercambio en el ámbito social, a los fallos de representación en el espacio público, sustituye una “comunicación representada”, proyectada virtualmente en la pantalla mediática.¹³⁵

En la historia del país, los medios de comunicación masiva son parte esencial de la cultura política y social. En la época de los noventa, el poder político le hereda y concede atribuciones superiores a las que le correspondían. Pasa de ser un medio a ser juez y parte de los acontecimientos en la vida nacional.

La televisión toma más relevancia, gracias al factor analfabetismo. Los censos de población y vivienda realizados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía

¹³⁵IMBERT, Gerard, Et. Al. *Televisión... Op. Cit.* P. 60.

(INEGI), dan a conocer en 1990 el porcentaje de analfabetismo en México, de 13 millones 607 mil habitantes el 75.3% son analfabetas, aunque no se especifica edad.

Diez años después en 1910 con 15 millones 160 mil habitantes no se declara ninguna cifra de analfabetismo, y así en los siguientes cuarenta años. Fue hasta 1950 que de 25.8 millones de mexicanos sólo se hace referencia al porcentaje de alfabetismo, aunque no se citan las cifras en el documento “Estados Unidos Mexicanos cien años de censos de población” realizado por el INEGI.

Para 1960 34.9 millones viven en el país, aquí el censo revela que los alfabetas son el 65.5% (de quince años y más) y el 7.7% de ésta edad contaba con estudios superiores a la primaria, aún así siguen siendo estudios meramente básicos en la formación académica de un individuo. En los setenta con 48.2 millones de mexicanos se sigue haciendo referencia al alfabetismo y no al porcentaje de analfabetismo, sólo se menciona que el 74% de los niños de 6 a 14 años asisten a la escuela.

En 1980 de una población de 66 846 833 sólo se redujo el analfabetismo un 17%, a pesar de que las cifras dicen que los niños de entre 6 y 14 años asistía un 70% a la escuela. Para 1990 con 81.2 millones se alude al campo educativo y con ello al número de alfabetas que existe en México, el 87.4% de los jóvenes de 15 años en adelante son alfabetas y los niños de 6 a 14 que van a la escuela es de 85.8%.

No obstante las cifras de analfabetismo nunca se dan a conocer de manera certera, simplemente se menciona la asistencia escolar y los que cuentan con educación primaria, sin embargo la gente adulta no forma parte de estas estadísticas, siendo un factor imperante para que la radio y posteriormente la televisión sea el medio con mayor fuerza a nivel nacional durante la segunda mitad de los noventa.

La televisión en México nació y se desarrolló con el amparo político, son dos elementos entrelazados, su relación se ha estrechado más y más entre hijos o nietos

de los pioneros de los medios de comunicación en el país con los gobiernos posrevolucionarios.

La televisión puede constituir una fuente importante de poder: de poder cultural, pero también político y económico. Asimismo, la tv puede constituirse en una fuente social básica de información o desinformación, de invención (...) de sueños e imaginarios, tanto individuales como más o menos colectivos y por lo tanto de “construcción” de realidades, de consenso o disenso y en consecuencia de cohesión o disgregación grupal o social...¹³⁶

Aunque la televisión se inició en los años cincuenta, tiempo atrás se gestaban las empresas en comunicación, en la República ya se tenía algo de experiencia en cuanto a cadenas nacionales; la empresa Radio Programas de México establecida en 1940 era una de las encargadas de distribuir el acceso a las informaciones durante la guerra, misma donde Emilio Azcárraga se desempeñaba como socio.

Nadie como Emilio Azcárraga Vidaurreta para conjuntar los buenos contactos con el gobierno y la alianza con el capital estadounidense. Desde tiempos de Manuel Ávila Camacho, Azcárraga había comenzado a afianzar una red de relaciones políticas. Prominentes funcionarios de las empresas radiofónicas o líderes de la industria (...) ocuparían puestos públicos importantes(...) Azcárraga negoció exitosamente con Miguel Alemán para evitar los proyectos de establecer un modelo de televisión pública semejante al que operaba en Gran Bretaña.¹³⁷

El autor Enrique Sánchez Ruíz plantea en *La investigación sobre televisión en México 1960-1988* que se debe tener conocimiento de cómo suceden los procesos de producción de los mensajes y por supuesto cuáles son las determinaciones inmediatas y mediatas en los procesos de la programación televisiva, para saber medianamente cómo se puede constituir éste medio como una herramienta de poder (cultural, político o económico) y para tener una idea de quiénes lo utilizan.

¹³⁶SÁNCHEZ RUÍZ, Enrique. *La investigación sobre televisión en México 1960-1988 (Un acercamiento descriptivo)*. PDF. P. 51-52.

¹³⁷VELÁZQUEZ, Erick. *Nueva Historia General de México*. 2013, P. 714.

No se tenía la más mínima idea del auge, penetración e incidencia que tendría la televisión con el pasar de los años y mucho menos el significado político que germinaría en el país. Aunque el presidente Lázaro Cárdenas durante su administración intentó darle un mayor seguimiento y multiplicar la participación estatal, el desarrollo del medio tomó otro rumbo con la inversión de capital privado, esto lo llevó a ser el vehículo más importante de comunicación social, además de acentuar la colonización ideológica y el deterioro de la conciencia nacional comenta Fernando Mejía Barquera en el libro *Televisa. El quinto poder*.

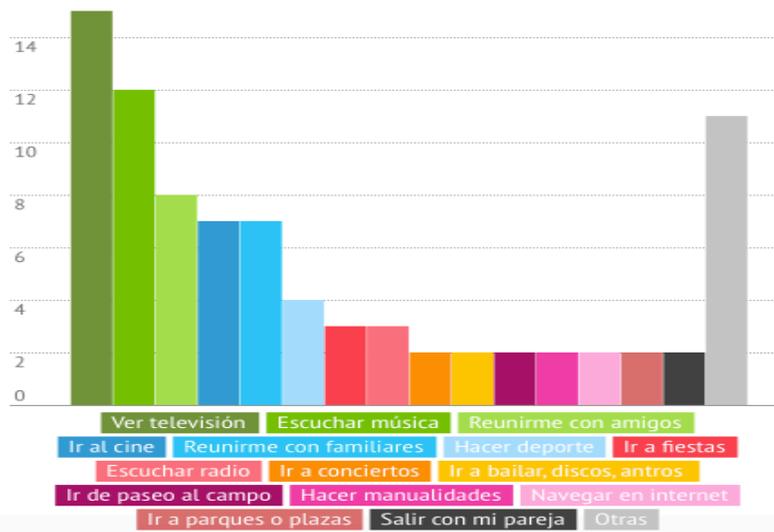
La televisión no auspicia la desnacionalización. Más bien difunde visiones de un México irreal, nación casi norteamericana y casi mexicana, cuyo internacionalismo deriva de su fascinada adopción de las series estadounidenses y cuyo nacionalismo se nutre de los peores excesos del cine mexicano de los años 40.¹³⁸

Cuando el sistema político mexicano se encontraba consolidado y la televisión se introdujo al país fue posible el establecimiento de un modelo de medios que se caracterizaba, a diferencia de lo ocurrido en otros países, a seguir el patrón comercial estadounidense (derivado de la cercanía con aquel país), por encima del cultural y educativo como lo hacían en Europa. Debido a la inversión que se necesitaba para importar programación norteamericana al territorio fue que se *privilegiaba la participación del capital privado*, expresa Gabriel Sosa Plata en *Medios electrónicos, democracia y elecciones*.

La televisión, desde la década de los cincuenta es señalada como el medio de comunicación de mayor impacto y trascendencia, no solamente en México, sino en todo el mundo, como lo describe la revista *Numeralia* en su número titulado "Televisión en México". Tanto que después de seis décadas, en 2003 CONACULTA realizó una encuesta donde resaltaba que más del 95% de la población veía televisión entre dos y cuatro horas, además los programas más vistos eran la telenovela con 36.2%, las secciones de noticias nacionales con 47.7% y los deportes con 40.5%.

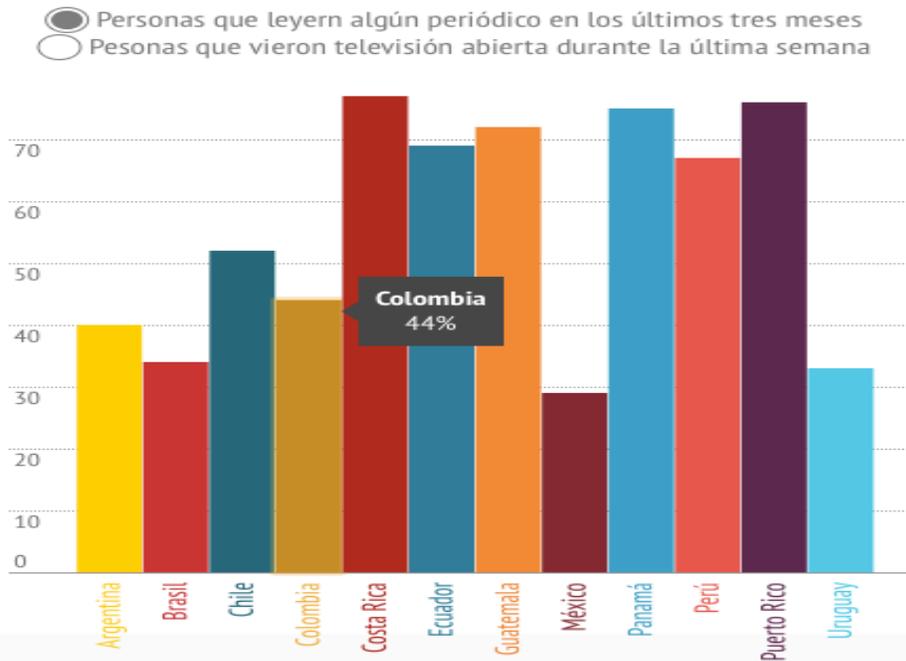
¹³⁸MEJÍA BARQUERA, Fernando. TOUSSAINT, Florence. Et. Al. *Televisa el quinto poder*. P. 42.

En su tiempo libre ¿cuáles son las actividades que prefiere hacer?



Encuesta CONACULTA, 2003.

Periódicos vs TV



Encuesta CONACULTA, 2003.

12 años después la televisión no ha perdido del todo el poder que intelectuales, críticos y escritores piensan. El 26 de julio de 2015 el periódico El Universal publicó en su edición dominical una encuesta donde se revela que el 47% de las personas optan por ver la televisión abierta, mientras que el 49% de los entrevistados sintoniza televisión por cable.

Los resultados destacan que el día que más se ve la televisión entre semana es los viernes con un 8%, superando lunes y miércoles con un 7%, martes con 5%, jueves con 6%; pero no supera al fin de semana con 10%. El sondeo demostró que los mexicanos ven la televisión 1.8 horas al día dando un total de 5.91 a la semana.

Ariel León el autor del artículo *Mexicanos ven 1.8 horas de tv al día* publicado en el rotativo citado, reporta que durante las décadas de los ochenta y noventa, un

gran número de personas se sentaba frente al televisor para ver durante tres horas *Siempre en domingo*, era como un ritual, una tradición a pesar de encontrarse profundamente arraigado en el gusto del público, los intereses del auditorio no es la misma, sus hábitos han cambiado.

A pesar de que la televisión pública aún parece tener un amplio público cautivo, el tiempo del espectador se divide entre la programación de paga y la pública, lo que probablemente se exprese en las nulas publicaciones a partir de 2011 por parte de Televisa y TV Azteca por no dar a conocer sus cifras de ratings.

Los servicios de paga como *Netflix*, *Spotify*, *YouTube*, *ClaroVideo* y *Crackle* aunque se encuentran abriendo paso en el mercado de la televisión digital, la televisión pública aun sigue en pie, no como hace cincuenta o sesenta años, sin embargo los adultos de la época de los setenta u ochenta al ser su medio predilecto, la televisión pública parece aún estar muy lejos de la extinción.

Probablemente esta teoría cobre más fuerza cuando los jóvenes de hoy en unos años ya ni siquiera volteen a ver el aparato que vieron sus antepasados y hasta ese momento, probablemente se pueda observar que la televisión está agonizando.

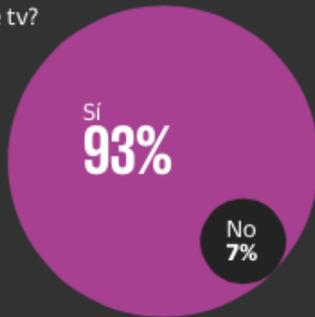
En el mismo artículo periodístico el crítico de cine y televisión, Silvestre López Portillo considera que es una tendencia muy normal que a los jóvenes no les llame la atención la televisión ante una gama de posibilidades que tienen con el surgimiento de servicios de *streaming* y películas *on demand*; sin embargo esto no quiere decir que todos vean o tengan acceso a ese tipo de plataformas, por lo que gran parte del país aún ve la tele abierta, porque es a lo único que pueden acceder, y se puede observar claramente con los resultados de la encuesta donde se alude a que el 85% no tiene servicios de *streaming*.

La pesquisa también arrojó que como espectador, el mexicano prefiere quedarse en casa que salir a buscar entretenimiento en vivo, pues el 74% de los

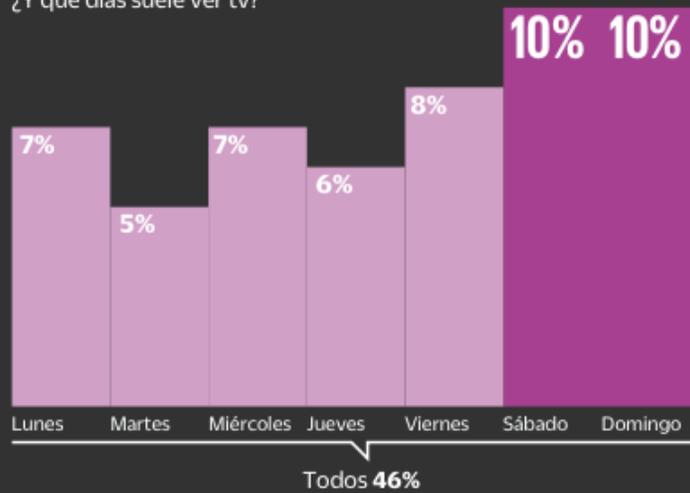
encuestados dijo que no fue a un concierto en el último año, mientras que el 54% no fue al cine por ver televisión en casa.

El reino de la pantalla chica

¿Usted ve tv?



¿Y qué días suele ver tv?



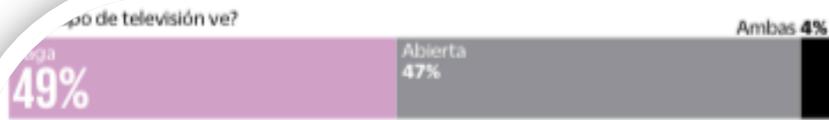
¿Cuántos días a la semana ve la tv? (Promedio)

5.91
días por semana

¿Y cuántos minutos al día? (Promedio)

113.9
minutos diarios

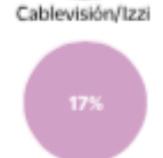
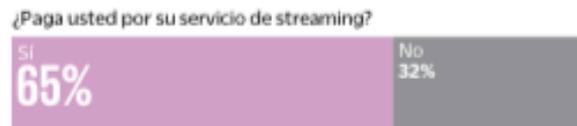
El Universal. Espectáculos, 26 de julio de 2105.



¿Cuál tv de paga tiene usted: Cablevisión, Megacable, Sky, Dish u otro?



¿Cuáles servicios de streaming tiene usted?



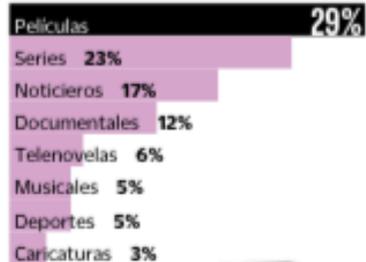
Nota: Sólo se muestran las respuestas de las personas que afirmaron tener servicios de streaming



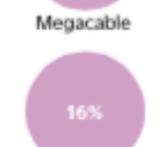
¿Cuántos minutos utiliza el servicio de streaming al día?

En general, ¿qué tipo de programas prefiere: películas, series, telenovelas, noticieros, musicales u otro?

97.4
minutos



Nota: sólo se muestran las respuestas de las personas que afirmaron tener servicios de streaming



METODOLOGÍA: Los resultados son válidos únicamente para los mexicanos con línea telefónica en su hogar. Población de estudio: Personas mayores de 18 años en las 32 entidades de la República Mexicana. Fecha de levantamiento: 03 al 05 de julio de 2015. Tamaño de muestra: 1,000 ciudadanos (entrevistas efectivas), encuesta telefónica. Margen de error estadístico: +/- 3.1%. Además pueden existir errores no muestrales no considerados en la estimación anterior. Nivel de confianza: 95%. Método de muestreo: Sistemático basado en el listado de los números telefónicos de las 32 entidades de la República Mexicana. Encuesta patrocinada por: EL UNIVERSAL Cía. P. Nal. S.A. de C.V. Levantamiento: EL UNIVERSAL Cía. P. Nal. S.A. de C.V. Realización: EL UNIVERSAL Cía. P. Nal. S.A. de C.V. Coordinación: Carlos Ordóñez. Subcoordinación: Aarón Akel. Supervisión: Jocelyn Martínez



Nota: Sólo se muestran las respuestas de las personas que afirmaron que ven tv de paga

Nota: Sólo se muestran las respuestas de las personas que afirmaron tener servicios de streaming

Después de visualizar el medio como una “calca de la televisión gringa” (sic), asevera la doctora Florence Toussaint en el libro *Televisa, el quinto poder*, el entonces presidente Miguel Alemán Valdés fue pieza clave para el progreso de la televisión comercial, en este periodo se fortaleció un poco más el sistema operado por particulares. “Se puede decir que la televisión nació a través de una decisión impulsada desde el gobierno, concretamente desde el Ejecutivo”.¹³⁹

Entonces los magnates de los medios se adhirieron rápidamente al corporativismo empresarial impulsado por el partido que asumió el poder desde 1929: Partido Nacional Revolucionario (PNR). Inicialmente el objetivo de la Presidencia de la República fue mantenerse bajo un esquema de intereses mutuos.

Como ya se mencionó en el capítulo anterior, las legislaciones antes de los setenta prohibían a los concesionarios tratar asuntos políticos, pero no les negaba la concentración de frecuencias, lo que derivó en la centralización monopólica de unas cuantas empresas dedicadas a la difusión de la información.

Los concesionarios respetaban en general esa limitación y no tenían mucho interés en modificarla por varios motivos. En primer lugar, porque no tenía caso cuestionar el desempeño de un gobierno y de un sistema que tantos beneficios y facilidades les había otorgado para acrecentar sus negocios. En segundo lugar no existía una oposición fuerte o grupos organizados que cuestionaran las acciones del gobierno.¹⁴⁰

Para que un medio dominante tuviera el empuje que implícitamente requería, se necesitaba la convergencia de distintos factores, como: inversión, tecnología, técnica, equipo, personal, entre muchos otros; y esto lo tenía muy claro el visionario Emilio Azcárraga Vidaurreta.

La familia Azcárraga inmersa casi desde el nacimiento de los medios electrónicos en México (radio) comenzó su carrera en la construcción del imperio

¹³⁹ S/A. *Una historia de la TV en México: de 1950 a ¿la tercera cadena?* [www.fayerwayer.com] Recuperado de: Disponible en: <http://bit.ly/1DpALui> Consultado el: 23-01-15 a las 13:45.

¹⁴⁰ SOSA PLATA, Gabriel. *Medios electrónicos, democracia y elecciones*. PDF. P. 13.

comunicacional a través de la primera cadena, XEW y en 1938 con XEQ, el acelerado desarrollo fue consecuencia de sus relaciones con personas allegadas al poder gubernamental y con el mismo presidente de la República.

Después de que la primera concesión comercial la obtuviera Rómulo O´Farril en la Ciudad de México y se le asignara el canal 4 (XHTV), se inauguró, tras varias pruebas el 31 de agosto de 1950 con una transmisión desde el Jockey Club del Hipódromo de las Américas e inició su programación regular con la emisión del IV Informe de Gobierno del Presidente Miguel Alemán Valdés, ¿casualidad?

Un año más tarde, en el 51, inician las transmisiones de la estación XEWTV, canal 2, propiedad de la empresa Televimex, S.A., al mando de Azcárraga, quien contaba con los canales de radiodifusión XEW y XEQ ya reconocidas por el público mexicano.

Posteriormente, el 18 de agosto de 1952, el tercer canal de televisión llegaría, el 5, XHGC del ingeniero Guillermo González Camarena. Poco duraría la independencia de los tres canales, pues en 1955 se formó lo que hasta hoy se conoce como el monopolio televisivo: Telesistema Mexicano, S.A., *no se convierte en concesionaria, con lo cual salva legalmente lo establecido en el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en el sentido de no permitir las prácticas monopólicas en México.*¹⁴¹

La creación de Telesistema Mexicano permitió la unificación de una sola entidad del poder económico de Emilio Azcárraga y Rómulo O´Farril y la capacidad técnica del ingeniero González Camarena, tanto les serviría la fusión que en un lapso de tiempo corto, ya tenían el equipo suficiente para transmitir la señal a diversos destinos de la República, escribe la autora Florence Toussaint.

Para 1959 Telesistema Mexicano abarcaba veinte estados del país con las repetidoras y anunciaba que inyectaría 21 millones de pesos para cubrir cada

¹⁴¹MEJÍA BARQUERA, Fernando. TOUSSAINT, Florence. *Et. Al. Televisa...Op. Cit.* P. 25

estado antes del inicio de los sesentas. Rápidamente el medio creció y en 1966 las transmisiones de la televisión a color se hicieron presentes.

Karin Bohmann describe que en la etapa en que se pretende expandir la empresa comunicacional se puede observar la penetración entre las clases populares de los barrios pobres, debido a que muchas familias pobres adquieren los aparatos televisivos con sus último ahorros o por medio de un crédito para después concederse un par de horas de escape de la miseria por medio de los programas de esparcimiento o las famosísimas telenovelas.

...hasta ahora un ingreso reducido no impidió al mexicano pobre adquirir un aparato de televisión. Aun cuando no haya agua en los barrios pobres, para comprar (en abonos) una televisión los pobladores sacrifican hasta el último peso. Lo que facilita la amplia difusión de este medio entre las clases populares es sobre todo que la recepción de los mensajes no presupone una alfabetización, y que la transmisión de imágenes requiere de una capacidad de abstracción inferior que la radio...¹⁴²

Más de una década Telesistema Mexicano fue la compañía con presencia en la sociedad mexicana, aunque algunas televisoras de provincia trataban de competir, eran muy pequeñas y económicamente inferiores, desde ese momento se muestra una empresa más preponderante financieramente para llevar a cabo proyectos que ninguna otra cadena podía realizar.

Los lazos que se crearon desde antaño, cosecharon oportunidades de negocio para algunas empresas y el gobierno, dicha acción quedó marcada cuando en 1966 un grupo de concesionarios encabezado por Luis Ignacio Santibáñez creó la Unión Cívica de Radiodifusores, afiliada al PRI, con el objetivo de abrir un canal de comunicación con los *postulados revolucionarios* y la sociedad, ese acontecimiento es uno de muchos que explican la presencia que imperaba por parte del Presidente, su gobierno y el mismo partido.

¹⁴²BOHMANN, Karin. *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. P. 141.

Antes de que Telesistema Mexicano se fusionara con otras empresas para crear Televisa, el presidente Díaz Ordaz se encargó de dotar a los canales de televisión, mediante un control estatal, de orientación política. Se eximia a las compañías de pagar impuestos a cambio de que el gobierno contara con 12.5% del tiempo de transmisión, lo que permitió generar una alianza entre el medio y el Estado, comenta Humberto Domínguez Chávez en *Televisión 1940-1970*.

Posteriormente la existencia de las leyes emanadas por el mismo gobierno en materia de comunicación le fueron otorgando de manera “indirecta” más poder a los magnates de las comunicaciones.

Finalmente en 1973 se crea el importante grupo de medios del país: Televisa, como producto de la alianza establecida por dos empresas que competían y que representaban a grandes capitales del Distrito Federal y de Monterrey: Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México, accionista mayoritaria de canal 8¹⁴³.

Meses después, el empresario Emilio Azcárraga Vidaurreta falleció, heredó todas sus acciones a su hijo del mismo nombre. Milmo quien se quedó a cargo de la dirección del imperio mediático, inmediatamente decidió crear estrategias, pues sabía muy bien el poder que Televisa había adquirido política y socialmente en México. Entonces *una de las primeras preocupaciones del heredero fue el crecimiento de Televisa tanto al interior como al exterior del país*, comenta Rosalba Mancinas en *Concentración mediática en México. Caso del Grupo Televisa*.

La incidencia político comunicativa, económica y sociopolítica del consorcio no sólo fue resultado de las emisoras con las que contaba hasta ese entonces, sino de sus otras empresas inmersas en el área comunicativa y de las actividades comerciales a las que se dedicaban los accionistas; por ejemplo, las propiedades

¹⁴³ SOSA PLATA, Gabriel. *Medios electrónicos, democracia y elecciones*. PDF. P. 14.

de Rómulo O´Farril quien era dueño del periódico *Novedades*, de algunas editoriales más y otros negocios subsidiarios en el sector de comunicación.

Utilizan sus medios de comunicación masiva como portadores para su publicidad creando y arraigando necesidades de consumo que ellos prefieren, creando de manera determinante el gusto sociocultural del público y ejerciendo influencia política a través de la información que proporcionan.¹⁴⁴

No todo recayó en las acciones de los que formaban parte de Televisa, la relación que se forjó entre Azcárraga Vidaurreta, Rómulo O´Farril, González Camarena y el gobierno fueron el pilar de lo que actualmente es la compañía.

Como en casi todos los medios de comunicación, éstos se centran en manos de pocas familias, que a su vez se encuentran vinculadas con personas que ostentan cargos políticos, burocráticos, administrativos, banqueros y hasta de la industria automotriz, señala Karin Bohmann. Lo que le da un “plus” a Televisa es que expandió su mercado a nivel internacional generando una mayor participación en las comunicaciones del país.

En 1976 Televisa establece el sistema Univisión, exporta programas directamente a Estados Unidos, en ese mismo año amplía su red y llega a Madrid, España con “Televisa Europa”. A la par del proyecto de internacionalización, nace la Fundación Cultural Televisa e integra a conocidos intelectuales.

En ese mismo año por decreto del Poder Ejecutivo se delegó la tarea de registrar lo que los medios de comunicación difundían a la población a la Secretaría de Gobernación.

(...)En el marco de la reforma administrativa se busca centralizar en una sola secretaría de Estado lo relativo a los medios masivos. El 29 de diciembre de 1976, la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal señala a la Secretaría de Gobernación como la encargada. Aquí cabe la pregunta: ¿Por qué

¹⁴⁴ *Ibíd.* P.180-181.

Gobernación y no Educación por ejemplo? ¿Por qué la secretaría encargada de la política interna y no la que decide sobre asuntos culturales? La respuesta es sencilla: los medios de difusión fueron implícitamente definidos. Se les consideró medios de control políticos y no medios de educación informal o vehículos culturales.¹⁴⁵

Al igual que Telesistema Mexicano, Televisa se mantuvo por un largo periodo en la historia de la televisión mexicana como el monopolio de la televisión comercial, además de ser visto como una "herramienta para la educación y la cultura".

El rol que le fue otorgando el Estado y por ende la sociedad, fue tanto que la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) decidió firmar un acuerdo con la televisora para que se presentara de lunes a viernes, de las 8 a las 15:30 horas, los programas Divulgación de temas y tópicos universitarios e introducción a la Universidad.

En ese momento, Televisa tenía la intención de convertirse en un canal de divulgación cultural, tanto así que

en conferencia de prensa, el vicepresidente de Televisa, Miguel Alemán Velasco, da a conocer la nueva frase de identificación del canal: "La alegría en la cultura", y afirmaba que: "Nosotros vamos a entretener para educar. El estado debe educar para entretener."¹⁴⁶

Con el paso del tiempo la meta se transformó radicalmente y Azcárraga Milmo "El Tigre" declaró: "Nuestro mercado en este país es muy claro: la clase media popular. La clase exquisita, muy respetable, puede leer libros o Proceso para ver qué dicen de Televisa... Estos pueden hacer muchas cosas que los diviertan, pero la clase modesta, que es una clase fabulosa y digna, no tienen otra manera de vivir o de tener acceso a la distracción más que la televisión."¹⁴⁷

¹⁴⁵FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*. P.208.

¹⁴⁶MEJÍA BARQUERA, Fernando. TOUSSAINT, Florence. *Et. Al. Televisa...Op. Cit.* P. 38

¹⁴⁷VILLAMIL, Jenaro. *Televisión para jodidos*. Recuperado de: [www.Proceso.com] Disponible en: <http://bit.ly/1q9Js87> Consultado el 10-3-15.

Lo anterior probablemente tenía algo que ver con los reglamentos emanados de la Ley Federal de Radio y Televisión, los cuales mencionaban como principios básicos que la radio y la televisión contribuyeran a la integración nacional, a ejercer actividades culturales, recreativas e informáticas, así como fomentar la economía nacional.

No conforme con su papel en la radio y televisión, la compañía decide apostar por el mercado cinematográfico y constituye su filial Televisión. Televisa consciente de su éxito, no deja casi ningún lugar de la República sin cubrir por medio del acceso a los satélites que el propio gobierno le concedió.

Por otra parte, se estipulaba que la programación debía promover “un sano entretenimiento que afirmara los valores nacionales”, además de atender al propósito de ennoblecer los gustos del auditorio y preservar las buenas costumbres. “Estos vagos conceptos dejan totalmente abierto cuáles son los valores nacionales y las buenas costumbres, o los gustos de qué público deber ser ennoblecidos y cómo”.¹⁴⁸

El tipo de programación se acentuó después de que se definiera el camino del consorcio; entonces la publicidad hizo aparición en la pantalla chica, generando millonarias ganancias. Mientras haya clientes que paguen por aparecer en los medios a éstos no les incomoda en lo absoluto que la audiencia tenga que ver diez minutos de comerciales.

“El que la televisión comercial dependa de la publicidad determina la estructura de los programas; no se le cobran cuotas al televidente”, escribe Bohmann, pero pareciera que sí visualmente, ya que uno de los puntos que debe cumplir o por lo menos tratar de no odiar es el espacio que se concede a la publicidad entre capítulo y capítulo.

¹⁴⁸BOHMANN, Karin. *Medios de... Op. Cit.* P. 205.

El auditorio mexicano de la televisión son personas cautivas que tienen que conformarse con la oferta que un puñado de programadores presenta en las pantallas, aunque es cierto que el público tiene la capacidad de apagar o cambiar la programación, muchas veces el aparato forma parte de su tiempo libre. Aunque si decide quedarse, menciona Francisco Vidal Bonifaz autor de *Los dueños del cuarto poder*, el individuo no tendrá acceso a una variedad de temas, pese a la multiplicación de canales.

Estadísticas realizadas por INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) resalta el tiempo que consume la población la televisión, éste ronda entre tres horas por día en jóvenes de 12 a 19 años, mientras que los niños la ven cuatro horas, lo que representa mil quinientas horas al año. Prácticamente dobla las horas del tiempo que pasan en un salón de clases.¹⁴⁹

La empresa IBOPE (Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística), destacó en 2011 que el promedio de televisores por hogar es de dos unidades, en los que se sintonizan de lunes a viernes canales de televisión abierta y el fin de semana tiende a descender. Mientras que Parametría afirmó nuevamente que el 95% de los hogares cuenta con un aparato televisivo, a pesar del incremento del Internet y las Redes Sociales, la televisión sigue siendo el medio de comunicación por antonomasia.

En una cultura donde la lectura, a pesar de ser fomentada por instituciones sociales o públicas, no es considerada un bien. La televisión reemplaza al libro, periódico, revista; tanto así que los mexicanos a los que se encuestó prefieren informarse por medio del televisor que leer un periódico, aunque se debe tomar en cuenta que en un país donde el salario mínimo es de 70. 10 pesos en el área geográfica "A".

¹⁴⁹RODRÍGUEZ GÓMEZ, Roberto. *Televisión, televisoras y crisis educativa en México*. Núm. 542. Recuperado de:[www.ses.unam.mx] Disponible en: <http://bit.ly/1DtrUId> Consultado el: 17-04-15 a las 22:29 p.m.

Mientras que en la “B” es de 66.45 pesos y se debe trabajar 193 horas para poder obtener insumos de la canasta básica, exista una población que no tenga dinero para poder darse el lujo de comprar un diario de 10 pesos y qué decir de una revista de información política con valor de 30 pesos.

A pesar de que los mexicanos recurren a la televisión para tratar de informarse, la mayoría prefiere programas de farándula, revista, películas, partidos de fútbol antes que los noticiosos.

Pierre Bourdieu asevera en su obra *La Televisión* que la particularidad de éste medio es producir un “efecto de realidad”, muestra y hace creer en lo que muestra, lo que le da mayor credibilidad a los noticiarios y, por ende las personas consideran estar al tanto de lo que acontece en su país.

Las cifras muestran que la televisión en México está lejos de ser desbancada como un medio masivo de comunicación y de entretenimiento gratuito, pese al crecimiento del consumo de la televisión de paga, y del uso de internet.¹⁵⁰

De acuerdo a datos publicados en 2010 por la Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales de (CONACULTA) se menciona que el 15% de la población prefiere ver el televisor en su tiempo libre que convivir con la familia o amigos, además de ser el medio con mayor aceptación social.¹⁵¹

...lo más granado de la transmisión televisiva nacional se concentra en el llamado horario estelar, que comprende de seis de la tarde a las 11 de la noche para Televisa y de seis de la tarde a las 12 de la noche para Televisión Azteca (...) donde se comercializa el mayor tiempo publicitario disponible (...) En esta franja, la batalla se centra en torno a dos productos estratégicos: telenovelas, noticias, cine y programas de revista.¹⁵²

¹⁵⁰S/A. *Lo que los mexicanos prefieren en la TV según Parametría*. Recuperado de: [www.animalpolitico.com] Disponible en: <http://bit.ly/1DYyCZ> Consultado el: 10-04-15 a las 16:08

¹⁵¹ Ibíd. Consultado el 10-04-15 a las 16:08

¹⁵² VIDAL BONIFAZ, Francisco. *Los dueños del cuarto poder*. P. 78.

Televisa obtiene programas de diversas fuentes, como ya se mencionó es cliente ávido de las productoras estadounidenses y actualmente de las japonesas; encima de ello, el Estado mexicano le proporciona el material escolar para cumplir con las obligaciones fiscales que tendría que cubrir, entonces esa ayuda concedida por el gobierno se traduce en programación de pésima calidad y por ende de militancia política, escribe la autora Florence Toussaint.

Nuevamente el poder de la televisora se ratificó con la llegada de Carlos Salinas de Gortari, quien refrendó la alianza histórica con la radio y la televisión privada y se vio reflejada en beneficios mutuos, pero “con un ingrediente más”, plantea Sosa Plata, “el neoliberalismo, el gobierno de ese entonces privilegia el libre mercado con una menor intervención del Estado”.

Con la implementación del neoliberalismo se privatizan varias empresas a cargo del Estado como Imevisión y Teléfonos de México (Telmex), entonces Imevisión fue adquirida por Ricardo B. Salinas Pliego y desde ese momento la televisión se convirtió en un duopolio.

Surgió lo que Plata llama “mediocracia”, ésta nacería con un sistema político autoritario sobre los medios, más tarde los papeles se invertirían y la televisión establecería los temas de la agenda

Desde entonces se generó un incesante crecimiento de este grupo a nivel nacional e internacional, convirtiéndose en un “poder fáctico” que como ocurriría después, se puso encima de las instituciones de gobierno, afirma el investigador Gabriel Sosa Plata.

La década de los setenta marcó la historia de los medios y la política mexicana, porque no sólo los políticos se dedicaron a la política también los industriales de radio y televisión hicieron lo propio a través de sus instituciones creadas para la organización de los medios.

Cabría recordar la declaración de Emilio Azcárraga Milmo al decir que era “un soldado del Partido Revolucionario Institucional” pero la más preocupante que deja ver el objetivo de la televisora, mismo que ha mantenido en conjunto con el PRI, es aquella de “nosotros (Televisa) hace programación para jodidos“. Esa es la verdad que tenemos en el país, una población sumida en la falta de educación, la eterna crisis económica y los programas de la televisión como punta de lanza de la ignorancia (“de los jodidos“, como diría Azcárraga Milmo.)¹⁵³

Bohmann escribe al respecto, se creó una cláusula donde se menciona que las concesiones otorgadas a particulares mexicanos o a sociedades anónimas al momento de venderse a personas o gobiernos extranjeros pasan automáticamente a manos de la nación, aspecto que hasta hoy en día parece no haberse dado.

Las concesiones son sólo por un máximo de 30 años, después tienen que ser renovadas, siempre y cuando todas las partes involucradas se encuentren a favor.

Cada vez son más las personas que se limitan a consumir una oferta recreativa e informativa que tiende a reducirse, con lo que ya a mediano plazo aumenta su predisposición a que se influya sobre ellas y se les manipule.¹⁵⁴

La década de los setenta representó una de las etapas más importantes dentro de la vida política y los medios de comunicación; nunca se detuvo, gracias a ello en la segunda mitad del siglo XX la televisión adquirió centralidad.

La televisión se abrió paso a un sin fin de lugares donde no se necesita más que encender el televisor para poder encontrar información actual sobre los acontecimientos de la vida social y política no sólo del país sino a nivel mundial.

Esto ocurrió en todo el mundo: el pequeño cine portátil invadió la estancia, el comedor, la recámara, la cocina y unió la vida privada con el mercado. En México había un régimen de partido que monopolizaba las representaciones políticas (...) y

¹⁵³ RENDÓN LOZANO, José Carlos. *Políticas de comunicación y telecomunicaciones en México. El estado frente a las estructuras de propiedad y control*. Recuperado de: [telos.fundaciontelefonica.com] Disponible en: <http://bit.ly/1EnjYGk> Consultado el: 9-04-15 a las 16:08

¹⁵⁴ BOHMANN, Karin. *Medios de comunicación...Op. Cit.* P. 141.

las otras representaciones: las que corresponden a la imaginación e incluyen las explicaciones o imágenes acerca de la sociedad, la cultura, el mundo y la política.¹⁵⁵

Hubo dos momentos en el país que marcaron un antes y después en la historia de los medios de comunicación y la política, el primero fue el acontecimiento del 2 de octubre de 1968 y la crisis política que ocurrió después del terremoto de 1985.

Aunado al momento de importancia que se vivía en los medios, la sociedad se encontraba inmersa en diversos problemas políticos, económicos y por ende sociales; los cuales se agudizaron con los sucesos de los estudiantes en la plaza de las Tres Culturas en Tlatelolco y el terremoto de 1985, el descontento e inconformidad hacia el gobierno y sus políticas públicas se hicieron visibles a través de algunos medios que difundían la inconformidad.

Es así como la televisión se ve empeñada en cumplir las promesas que había hecho la pintura mural; en muchas ocasiones la corriente de artistas describían el muralismo como: “una especie de gran biblia pintada para los que no sabían leer, supuestamente fácil de entender sin necesidad de instrucción básica”, conceptos que se trasladaron al medio televisivo.

A partir del auge de la televisión fue que las llamadas “industrias culturales”¹⁵⁶ del país se dirigieron a la población deliberadamente, es decir el contenido que mostraban era meramente para entretener a una población, en su mayoría, iletrada. Entonces el medio se *vuelve importante porque su discurso, verbal y en imagen, rebasa los límites de la élite cultural, que infructuosamente se propone controlarla o infiltrarla*¹⁵⁷.

¹⁵⁵ ROJAS, Héctor. *Analfabetismo en México, una realidad de alto riesgo*. Recuperado de: [www.educacionfutura.org] Disponible en: <http://bit.ly/1wKrR9H> Consultado el: 23-10-13 a las 11:43 a.m.

¹⁵⁶ Las grandes agencias o monopolios de producción cultural se articulan como un todo, se ensamblan como piezas de un sistema. La producción musical, editorial y cinematográfica está orientada por una misma lógica, y guarda entre sí la coherencia que les da un estilo compartido. Pero, a su vez, la Industria Cultural está relacionada con otras instancias y su dinámica productiva. Mantiene mutuas dependencias e imbricaciones con empresas monopolistas de otras esferas, formando parte de una gigantesca maquinaria económica (1998,172).

¹⁵⁷ VELÁZQUEZ, Erick. *Nueva historia de... Op. Cit.* 2013. P. 712..

Éste proceso explica la eficacia que desde sus inicios tuvo la televisión en México. *La capacidad de expandir sus alcances más allá* del Distrito Federal, hasta crear redes de transmisión y repetición de sus propios contenidos, los cuales abarcaban distintas ciudades de la República Mexicana.

Las cadenas nacionales de televisión y radio resuelven, mucho mejor que los carteles, grabados y murales, las necesidades de propaganda del Estado. Pero esos mismo agentes son vistos con miedo, en la medida en que alcanzan con facilidad a una población que se moderniza, pero lejos de los aparatos de control de los propios centros urbanos.¹⁵⁸

“El Tigre” nunca dejó nada a la imaginación y siempre declaró con un estilo déspota y soberbio que “la televisión comercial era para enajenar (divertir) a los jodidos, que no pretende más que incorporar a los pobres a la sociedad de consumo, y tampoco pretende sacarlos de esa condición, mucho menos instruirlos. Para los Azcárraga la televisión es simplemente un gran negocio: venderle espectáculo a los pobres y, a cambio, garantizarle al sistema la sumisión de los “jodidos” y el control político vía la información teledirigida.” expresa el periodista Jenaro Villamil en el artículo titulado *Televisión para jodidos* difundido por la Revista Proceso en 2013.

En la segunda mitad del siglo XX el gobierno trató de implementar un plan para trasladar a los hogares mexicanos un modelo de televisión pública adecuada a la población, pero esto no sucedió y prevaleció el modelo estadounidense: televisión privada, dedicada al entretenimiento.

El autor Pierre Bourdieu también comenta que los medios deben reproducir los hechos y las noticias sólo por el hecho de que su competidor lo ha hecho y, que en muchos casos, probablemente no lo harían sino existiera el otro medio. Lo que deriva en que quienes producen contenidos en televisión piensan mediante “ideas preconcebidas” lo que hace que la comunicación sea instantánea y entonces no exista por lo mismo, lo que conlleva a que sólo sea una cuestión aparente.

¹⁵⁸ *Ibíd.* P. 713.

Una de las características primordiales de la vida actual, denominada por algunos autores como `posmoderna´ es que aleja al receptor del mundo real, a través de la información recibida enunciada por los medios de comunicación, quintándole realidad y pertenencia, al mismo tiempo de sobresaturarlo de información y datos; por lo tanto, el sujeto basa su existencia en el relativismo y la exaltación de los hechos pronunciados por los medios de comunicación.¹⁵⁹

Disponer de los medios de comunicación significa, en la actualidad, poseer un poder social, no tanto por el contenido que transmiten sino por el ambiente que crea la atención y el mimetismo que despierta. El medio actúa como un espejo que refleja la "realidad" social y, al mismo tiempo, es el lugar en el que se crea ésta.

La información que transmiten en la televisión es, la mayoría de ocasiones, contradictoria y confusa para una sociedad en donde la información parece diversa, y en ocasiones poco tiene que ver con la realidad.

Es a todas luces evidente que ningún otro medio que intente difundir cultura tendría un público tan amplio. Y el consorcio televisivo privado lo sabe y defiende su privilegio. Trata de legitimar su papel cultural vinculándose a los medios académicos y profesionales e intelectuales, consiguiendo adeptos, que consciente o inconscientemente y bajo el pretexto de colaborar a que la televisión mexicana contenga "espacios liberadores", financiados por quien sea, avalan un proyecto de acumulación, de control y desnacionalización...¹⁶⁰

“La mente retiene el 10% de lo que se lee, de lo que se escucha, y el 30% de lo que se ve en imágenes. Por tanto, la televisión ofrece el 50% de las percepciones”.¹⁶¹ Todos estos factores deberían de unificarse para que la sociedad la observé de manera crítica, pero esto no siempre resulta.

¹⁵⁹GARCÍA, Daniel. *El afán de los medios de comunicación de control de la realidad y sublevación: La Psicosis como resultado posmodernos del ideal neurótico y el miedo a la histeria*. (Tesis de Licenciatura), 2013, Universidad Nacional Autónoma de México, FCPYS, México.

¹⁶⁰FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fatima. *Los medios de difusión masiva en México*. P.211.

¹⁶¹Asociación valenciana de Consumidores y Usuarios (AVACU). *Influencia de la televisión en niños y jóvenes*. PDF. P. 6

...La televisión puede, paradójicamente ocultar mostrando. Lo hace cuando muestra algo distinto de lo que tendría que mostrar si hiciera lo que se supone que se ha de hacer, es decir, informar, y también cuando muestra lo que debe, pero de tal forma que hace que pase inadvertido o que parezca insignificante, o lo elabora de tal modo que toma un sentido que no corresponde en absoluto con la realidad.

Actualmente Televisa en su portal corporativo ofrece una pequeña reseña de lo que es la empresa, se alude a la importancia que tiene en México y señala que hablar de Televisa, implica referirse a la historia de la televisión en el país. Además resalta la estrategia de negocio expansionista y ambiciosa de Azcárraga Milmo, quien exportó contenidos a otros públicos por medio de Univisión.

Relatan el gran crecimiento que obtuvo la empresa, tanto que entró a cotizar en la Bolsa Mexicana de Valores y en 1993 ya se encontraban en las grandes ligas norteamericanas, por así decirlo, al entrar en la Bolsa de Nueva York, lo que les trajo mayor solidez.

También resaltan la innovación y el uso de la tecnología para beneficio de sus producciones. Mencionan que Emilio Azcárraga Jean “le ha inyectado otra personalidad a la compañía para mantenerla a la vanguardia en la oferta de contenido. Los objetivos que hoy en día persiguen es ser líder mundial en la producción y distribución de contenidos de habla hispana, siendo el negocio del entretenimiento.”¹⁶²

En el verano de 2012 con la llegada nuevamente del Partido Revolucionario Institucional (PRI), inexorablemente el legado de los Azcárraga tendría mayor protagonismo, con un presidente de su lado: Enrique Peña Nieto. “Un príncipe sólo puede actuar de manera decisiva cuando las circunstancias favorecen la acción decisiva”, escribió Nicolás Maquiavelo.

¹⁶² S/A. *Quiénes somos*. Recuperado de: [http://www.televisa.com] Disponible en: <http://bit.ly/1DrjKwF>
Consultado el: 19-4-15 a las 13:23 p.m.

En diciembre de 2014 el ahora presidente Enrique Peña Nieto, en el Décimo Encuentro Empresarial Iberoamericano declaró que “para los mexicanos debía ser motivo de orgullo tener una empresa mexicana como Televisa, productora del mayor número de contenidos de habla hispana que proyecta al país no sólo en las naciones de habla hispana, sino en el mundo entero”.¹⁶³

Es así como muy pocas personas toman el rumbo del presente y futuro de la televisión mexicana. Situados en primer lugar, la familia Azcárraga Jean, que durante seis décadas ha mantenido y retenido el control de la industria televisiva; este conjunto de elementos ha convertido a Televisa en la principal fuerza de medios en México, expresa Francisco Bonifaz.

Finalmente Bohmann también declara que desde un punto meramente formal no se puede caracterizar a Televisa como monopolio, pues en el mercado televisivo hay dos ofertas, la del Estado y la de Televisa, por ende desde el punto de vista constitucional, al poseer el Estado el poder de otorgar la distribución de las frecuencias, las concesiones y las licencias, no se puede hablar de un monopolio, porque en primera instancia el gobierno no debería permitirlo.

El alma de un consorcio televisivo reside en su programación. El secreto de su poder está en la capacidad para seducir, en las fórmulas que emplea la síntesis de una política. Capturar, conocer el alma, es restarle poder. Negarnos a su juego, minar la sujeción que sobre nosotros ejerce (...) La programación de Televisa fascina, como todo acto de prestidigitación, porque se cree en ella...¹⁶⁴

¹⁶³VARGAS, Rosa Elvira. Rivera Luz María. *Es motivo de orgullo para el país tener a Televisa: Peña*. La Jornada. 7-12-14. Recuperado de: [www.jornada.unam.mx] Disponible en: <http://bit.ly/1w5OG6v> Consultado el: 20-4-15 a las 11:35 p.m.

¹⁶⁴MEJÍA BARQUERA, Fernando. TOUSSAINT, Florence. *Et. Al. Televisa...Op. Cit.* P. 40.

Capítulo IV

Los medios de comunicación y el Gobierno

1.- Construcción de una política mediática

La política y los medios de comunicación han entretejido una relación muy estrecha, actualmente en México y en otras partes del mundo los gobernantes toman la televisión como un medio influyente, se puede llegar a un amplio sector de la población a través de la televisión, por ejemplo.

Antes de ahondar más en ello, es necesario tener claro que es el Estado, ya que de ahí se derivan las instituciones encargadas de los asuntos públicos de un país y todo concierne a las situaciones sociales, políticas, económicas, educativas y culturales.

El Estado es el poder de lo institucional, de los acuerdo comunes de una sociedad, de la legitimidad que cada comunidad nacional se da. La democracia es el poder del pueblo, la convivencia regulada y dialogal entre diferentes. Se supone que un Estado democrático casa su poder en la legalidad que se otorga y en el modo en que se resuelven los conflictos.¹⁶⁵

Al hablar de la conformación de un Estado-Nación no se puede dejar de lado la política, remitirse al concepto de Estado conlleva una serie de factores relacionados intrínsecamente con la vida de una población, sus leyes, costumbres, problemáticas y medios de comunicación.

De acuerdo con el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) “la política es el ámbito de la sociedad relativo a la organización del poder. Es el espacio donde se adoptan las decisiones que tienen proyección social, es decir, donde se

¹⁶⁵NATANSON, José, Rodríguez Jacinto. Et. Al. ¿Por qué nos odian tanto? [Estado y medios de comunicación en América Latina]. P.314.

define cómo se distribuyen los bienes de una sociedad, o sea, que le toca a cada quién, cómo y cuándo.”¹⁶⁶

Giovanni Sartori escribe en el texto titulado *La Política. Lógica y método en las ciencias sociales*, que la sociedad es una realidad espontánea, solamente en el sentido de que no se encuentra regulada por el Estado¹⁶⁷, denota un espacio extraestatal, en donde no hay control político, sino un “control social”, donde el soberano pasa a ser un contratante denominado sociedad.

Ésta con respecto al Estado presupone otra diferencia, la del ámbito económico, lo que conlleva a la separación de lo social con respecto a lo político lo que hace que la distinción entre la política y la economía se de.

En este sentido Sartori escribe en su obra *La Política. Lógica y método en las ciencias sociales* que la sociedad no es sólo un *sistema social* diferente, independiente y autosuficiente con respecto al sistema político. Hay mucho más todavía; el sistema social es el que genera el sistema político.

Antes de abordar a la sociedad como un todo, es necesario hacer la distinción que hacia Aristóteles respecto al hombre en la *polis*, éste era un *zoon politikón*; dichas palabras definían al hombre, más no a la política. Entonces Aristóteles al decir “animal político” hacía referencia al hombre que era parte de la *polis* y de cómo la *polis* habitaba en el ser humano, donde la persona se realizaba completamente como tal y no a un ser político.

Por lo tanto, expresa el autor Giovanni Sartori que en el vivir “político” y en la “politicidad”, los griegos no veían una parte o un aspecto de la vida; la veían en su totalidad y en su esencia.

¹⁶⁶ S/A. *Cultura Política: los conceptos fundamentales*. Recuperado de [biblio.juridicas.unam.mx] disponible en (<http://bit.ly/1E5Q3XX>). Consultado el 2-3-15 a las 19:00 hrs.

¹⁶⁷ Para el sociólogo Max Weber el Estado es una comunidad humana que dentro de un determinado territorio reclama para sí el monopolio de la violencia física legítima. De esa forma todo Estado supone una manera de dominación. Entonces las asociaciones o individuos sólo se les concede el derecho a la coacción física en la medida en que el Estado lo permite.

En este mismo contexto, se aludía ya a un hombre “no político” como un ser defectuoso, un *ídion*, completamente un ser carente, cuya deficiencia consistía precisamente en haber perdido o en no haber conseguido la dimensión y la totalidad de la simbiosis con la propia *polis*. “Brevemente, un hombre ‘no político’ era simplemente un ser inferior, un menos-que-hombre”.¹⁶⁸

Con la caída de la *polis*, el concepto se fue amoldando a las necesidades del tiempo y el espacio, entonces la “politicidad” se atenúa, se disuelve o se transforma. Llegan nuevos científicos sociales y el concepto se concibe desde distintas perspectivas.

Por un lado, la política se juridiza, desarrollándose en la dirección indicada por el pensamiento romano... la política se teologiza, primero adecuándose a la visión cristiana del mundo, después en relación con la lucha entre el papado y el Imperio, y por último en función de la ruptura entre el catolicismo y el protestantismo. En todos los casos, el discurso sobre la política se configura.¹⁶⁹

Con Nicolás Maquiavelo la política ya es algo completamente alejado y distinto de la moral y la religión, “la política es la política”. Él llegó a expresar que la política tiene sus leyes, leyes que el político “debe” aplicar.

Después de la obra *El príncipe* la noción sobre política ya no se definió con base a la religión o la filosofía, el concepto se independizó de Dios y del “deber ser” para entenderse como algo que “es en sí” que tiene naturaleza propia.

Algunos autores como Bobbio, Dahl o Duverger, plantearon la política como un *bien común, que es objeto del Estado, la “máxima institucionalización de una entidad política” o la obtención del poder.*¹⁷⁰ Lo que deriva en el afán de investigar cuáles son los medios por los cuales el poder se adquiere y se pierde, asevera el político francés Marcel Prelot.

¹⁶⁸Ibíd. P. 203.

¹⁶⁹ Ibíd. P. 203.

¹⁷⁰ SCHENONI LEANDRO, Luis. *El concepto de lo político en Nicolás Maquiavelo*. Andamios. Revista de Investigación Social. UACM. Vol. 4, núm. 7-12-2007, p. 210.

En la relación que se empieza a forjar con Maquiavelo sobre la política y el poder, el italiano presenta cuatro formas de adquirir el poder (donde hay distintas maneras de conservarlo o perderlo) por: *energía, resolución, talento, valor indómito y si se quiere feroz o por fortuna*¹⁷¹.

Para él se debe contar con medios de coacción disponibles; cultivar los vicios necesarios para lograr el poder y alcanzar el único fin posible o ya gobernante: la política; Entonces lo político lo definirá como “la relación gobernante-gobernado; lo económico, por la relación entre rico y pobre, y lo religioso, por la relación de subordinación que tienen los hombres respecto de los sacerdotes como representantes de Dios en este ámbito, sea cual sea a religión (Dios-hombres).”¹⁷²

Así cada área tendrá una relación de poder propia, diferenciándose entre sí, por las personas que en ella incidan; entonces el ámbito religioso se definirá por el sometimiento del hombre a un Dios; mientras que el aspecto económico, se caracterizará por la relación entre el rico y el pobre, y en lo que respecta al poder político este se supeditará al dominio entre el gobernante y el gobernado.

Esos dos actores imprescindibles en la política (el “tipo gobernante” y el “tipo gobernado”) son dos personas completamente distintas hasta en el más mínimo sentido. Al primero, Nicolás Maquiavelo detalla con una capacidad sobrehumana lo que lo hace irremplazable del resto de los hombres, pues el gobernante, rey, príncipe o tirano será quien los guiará hacia un fin. El gobernante puede fallar en la elección de los medios, pero nunca en los fines que tiene en mente. “El príncipe se halla por encima de lo común”.

Mientras el gobernado, en una cuestión más peyorativa para Maquiavelo, *es aquel que no posee y no tiene las facultades para hacerse del poder público y [...] mientras*

¹⁷¹ SCHENONI LEANDRO, Luis. *El concepto de lo político en Nicolás Maquiavelo*. Andamios. Revista de Investigación Social. UACM. Vol. 4, núm. 7-12-2007.

¹⁷² *Ibíd.* P. 212.

*se les ofrezca beneficios y el peligro sea remoto, son adictos, ofrecen su caudal, vida e hijos, pero cuando se necesita su sacrificio y el peligro está cerca, se rebelan.*¹⁷³

Siglos después Sartori habla de una autonomía de la política. Sostiene cuatro tesis al respecto: primero; la política es diferente; segundo, es independiente; tercero, es autosuficiente; cuarto, la política es causa primera.

A lo largo de la historia el significado que adquiere las palabras política, gobernante y gobernado varían. En el siglo XXI el concepto de política principalmente se relaciona con el poder que ostentan los gobernantes en determinada región geográfica.

La esfera de la política se restringe en el sentido de que se reduce a una actividad de gobierno, y en sustancia a la esfera del Estado, es una reordenación que reflejaba bastante bien la realidad del siglo XIX, en el siglo XX resulta demasiado estrecha. Es que en la actualidad se registra un hecho nuevo: la democratización, o mejor la *masificación* de la política.¹⁷⁴

Con el pasar del tiempo, las ciencias sociales y los intelectuales hicieron del concepto de política, como menciona Giovanni Sartori en su obra *La Política. Lógica y método en las ciencias sociales* se logrará separar y por tanto distinguir entre lo político y lo social, entre el Estado y la sociedad, finalmente se consiguió diferenciar.

En Siglo XXI aunque ya se tenía clara la diferencia entre éstos tres entes, el sujeto se siente inclinado a invertir esta dñada, e incluir lo político en lo social y la esfera de lo político en la esfera de la sociedad. Entonces hoy en día “la palabra se emplea sin tasa ni medida, pero la política sufre con una crisis de identidad”, escribe el italiano Giovanni Sartori.

En la actualidad se registra un hecho nuevo: la democratización, o mejor la masificación de la política. Las masas. Que desde siempre estuvieron alejadas o

¹⁷³Ibíd. P. 217.

¹⁷⁴SARTORI, Giovanni. *La política. Lógica y método en las ciencias sociales*. P. 212.

excluidas de la política, o presentes sólo muy de tanto en tanto- ahora entra en la política; y entran con intenciones de estabilidad, para quedarse.¹⁷⁵

La política poco a poco se transformó, no tanto, en sentido etimológico, sino en la manera en la que interactúa el significado simbólico con la sociedad y viceversa, es decir, institucionalmente. Y entonces en esta etapa, el Estado se extiende y los procesos políticos ya no se pueden situar dentro del ámbito en el Estado y de sus organismos.

“De hecho, y por consecuencia, el concepto de Estado se amplía, y es sustituido por el concepto bastante más elástico, y abarcador de ‘sistema político’”.¹⁷⁶ Entonces, como menciona Sartori el sistema político no sólo se descompone en “subsistemas”, todo se vuelve tan flexible, tanto que los militares hacen política y los subsistemas sindicales, cuando el sindicato se convierte en una potencia en sí misma, y así sucesivamente. Por ende, el sistema político no llega a determinar sus propios “límites” y termina por ser un “sistema” o una idea que se vaporiza.

Es así como la idea sobre el término política se va convirtiendo en un ente que se mangonea a convenio del Estado, de sus gobernantes, de la misma sociedad y de las instituciones que componen una nación. Como decía el periodista uruguayo Eduardo Galeano *La palabra política se ha manoseado tanto que significa todo y no significa nada. Entonces desconfío mucho de la etiqueta política.*

¹⁷⁵ Ibíd. P. 220.

¹⁷⁶ Ibíd. P. 220.

2.-La participación política después de los medios de comunicación

Cuando se hace referencia al Estado se puede llegar a suponer que si la gente sigue con atención los asuntos políticos y gubernativos, se halla en algún sentido implicada en el proceso mediante el cual se realizan las decisiones. Pero ciertamente se trata de un grado mínimo de implicación; argumentan los escritores Almond Y Verba en la obra *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en cinco naciones*.

Hablar de política es entrar en materia de democracia; es en el caso *Latinoamericano sin la democracia*, término acuñado después de la caída del comunismo y de los regímenes totalitarios en distintos países europeos, latinos y asiáticos que dio como resultado la extensión de la democracia.¹⁷⁷

Democracia, palabra difícil de explicar y no porque se encuentre carente de sentido etimológico, sino por la significación que ha adquirido en el transcurso de los años. Como menciona Giovanni Sartori en su obra *¿Qué es la democracia? entre el nombre y la cosa, el paso es larguísimo*.

En un sistema político democrático, la creencia de que la cooperación con sus conciudadanos es una acción política a la vez posible y eficaz, representa, según nos parece, una orientación altamente significativa. La difusión de la influencia sobre las decisiones políticas, por la que definimos una democracia, implica alguna capacidad de cooperación entre los ciudadanos.¹⁷⁸

El investigador indica en su libro que el término democracia desde siempre ha apuntado a una entidad política, una forma de Estado y de gobierno, y así ha permanecido como acepción primaria del término.

¹⁷⁷La palabra significa, literalmente, poder (Kratos) del pueblo (demos).

¹⁷⁸ALMOND, Gabriel. VERBA, Sidney. *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política... Op. Cit. P. 232*

Como bien lo comenta Sartori al hablar de democracia automáticamente se relaciona con política, al ser la democracia un concepto tan amplio cuenta con una compleja infraestructura (partidos políticos, intereses de grupo y los medios de comunicación) que penetra en la conciencia occidental. Éste sistema se mantiene “por la participación activa de los ciudadanos en los asuntos públicos, por un elevado nivel de información sobre estos mismos asuntos y por un sentido muy difundido de responsabilidad cívica”.¹⁷⁹

En todo sistema democrático debe existir una cultura política, a la cual los autores Gabriel Almond y Sidney Verba definen en el libro *La cultura cívica* como las actitudes manifestadas por los individuos con relación al rol que desempeña cada uno dentro del sistema.

Cuando hablamos de la cultura política de una sociedad, nos referimos al sistema político que informa los conocimientos, sentimientos y valoraciones de su población. Las personas son inducidas a dicho sistema, lo mismo que son socializadas hacia roles y sistemas no políticos[...] la cultura política de una nación consiste en la particular distribución de las pautas de orientación hacia objetos políticos entre los miembros de dicha nación.¹⁸⁰

Dentro del mismo sistema democrático, el proceso político forma parte importante, pues aquí es donde las demandas de la sociedad son expresadas hacia las autoridades. Sin embargo “gran parte del trabajo político se realiza en las burocracias y en los tribunales de justicia y estructuras, que nosotros calificamos de políticas, como los grupos de intereses y los partidos políticos se encargan muchas veces de detalles administrativos e impositivos”, expresan Almond y Verba en la obra mencionada.

Si bien las inconformidades y beneficios de una sociedad son expresadas por distintas vías, esto no quiere decir que todos los sujetos participen dentro de una democracia, los contextos varían, las necesidades son diferentes en todos los sectores de la población, lo que deriva en una participación política ardua, poca o

¹⁷⁹ ALMOND, Gabriel. VERBA, Sidney. *La cultura cívica*. Op. Cit. P. 26.

¹⁸⁰Ibíd. P. 30.

nula. Para comprender el porqué de las actitudes políticas del ser humano, Almond y Verba describen los tipos de cultura política en los que se desenvuelven las personas dentro de un sistema político.

Cultura política parroquial: En estas sociedades no hay roles políticos especializados, existen roles difusos de tipo político-económico y religioso. Y en caso de que el individuo se encuentre en el extremo de una cultura parroquial no espera nada del sistema político. En esta clase de sistema político, los emisarios especializados del gobierno apenas rozan la conciencia de los habitantes de ciudades.

La cultura política de súbdito: El súbdito tiene conciencia de la existencia de una autoridad gubernativa especializada; está afectivamente orientado hacia ella, tal vez se sienta orgulloso de ella, tal vez le desagrade; y la evalúa como legítima o ilegítima. Pero la relación se da con el sistema en un nivel general, consiste, esencialmente, en una relación pasiva, es una forma limitada de competencia, que es idónea para esta cultura de súbdito.

Cultura política de participante: Los miembros que conforman una sociedad tienden a estar explícitamente orientados hacia el sistema como un todo y hacia sus estructuras y procesos políticos y administrativo. Su participación puede ser a favor en contra del sistema político establecido de su país, pero tienden a orientarse hacia un rol activo de una persona en la política.

Como no todo suele ser lineal, los investigadores proponen tres tipos de culturas políticas mixtas, además de las citadas, para poder comprender y desembrollar los diferentes tipos de sociedades que se desarrollan dentro de una determinada nación.

Cultura política de participante: Los miembros de la sociedad tienden a estar explícitamente orientados hacia el sistema como un todo y hacia sus estructuras y procesos políticos y administrativos. El ciudadano está orientado no solamente hacia

la participación activa en los asuntos políticos, sino que está también sujeto a la ley y a la autoridad y es miembro de grupos primarios más difusos.

Cultura parroquial de súbdito: Es un tipo de cultura política en que una parte sustancial de la población ha rechazado las pretensiones exclusivas de una difusa autoridad tribal, rural o feudal y ha desarrollado una lealtad hacia un sistema político más complejo, con estructuras de gobierno centrales especializadas.

Cultura de súbdito-participante: Una parte sustancial de la población ha adquirido orientaciones políticas especializadas y un conjunto activo de auto-orientaciones, mientras que la mayor parte del resto de la población continúa orientada hacia una estructura gubernamental autoritaria.

Cultura parroquial-participante: Las normas estructurales existentes en esta cultura que se introducen suelen ser de participación; para que exista una congruencia por tanto, exigen una cultura de participación.

Almond y Verba nombran al "ciudadano" como una mezcla particular de orientaciones de participación, súbdito y parroquialismo, donde la cultura cívica es una mezcla particular de ciudadanos, súbditos y elementos parroquiales. Nota, para que exista una cultura cívica debe haber participación, donde las personas no solamente se encuentren orientadas hacia los asuntos políticos, sino hacia los que se hallan positivamente orientados hacia las estructuras y procesos administrativos, el hombre se convierte en participante del proceso político.

Sin embargo, hay excepciones a la regla y las orientaciones políticas no participantes son una realidad, tienden a limitar la entrega del individuo a los asuntos políticos y a aminorar dicha entrega, a pesar de encontrarse en regímenes políticos democráticos.

La infraestructura política de los regímenes democráticos se encuentra construido sobre tres pilares perfectamente definidos, uno de ellos los medios de comunicación,

éstos como difusores de la información política, han tomado un papel imprescindible para casi todos los que se encuentran inmersos en una democracia como la latinoamericana.

Al hablar de política con otras personas difiere de la exposición a la comunicación política en los medios de comunicación masiva en dos aspectos. En primer lugar, el hablar de política es una forma activa de participación política: la exposición a los medios masivos es relativamente pasiva.¹⁸¹

Vale señalar que las actitudes que se presentan a lo largo de la historia de un país, se modifican, moldean, avanzan o retroceden, debido a la estructuración y cambios en los sistemas políticos que los gobiernan, la información que emiten los medios y por supuesto el tipo de personas que en ese momento se encuentren coexistiendo con las problemáticas político, económicas, culturales y sociales.

Por ello es necesario hacer referencia a la tipología de partidismo político, dadas por Gabriel Almond y Sidney Verba en el libro mencionado y así explicar la conducta política de los mexicanos ante el contexto que se vive hoy en día.

Partidismo político abierto: Las personas que expresan su indiferencia respecto al dúo interpartidista, pero él se encuentra implicado en las campañas electorales, pero no con la intensidad como para romper las relaciones con miembros de otro partido.

Partidismo político apático: Se trata de los individuos que vota por uno de los partidos políticos más importantes; es un votante indiferente, que se inclina por cualquier sistema político, “que deposita su papeleta, pero que no se siente parte interesada en la lucha política”.¹⁸²

Partidismo político intenso: Se trata de la persona que se encuentra a la vez claramente separado de los opositores al partido de su preferencia, pero al mismo tiempo se inmiscuye en las luchas electorales.

¹⁸¹ ALMOND, Gabriel. VERBA, Sidney. *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política... Op. Cit.* P. 142.

¹⁸²Ibíd. 187.

Partidismo político parroquial: Aquí se encuentran los indiferentes respecto a las campañas electorales, se localizan al margen de la política.

Las democracias actuales requieren de una cultura cívica sólida que participe y se interese por los asuntos públicos. Desde la realidad de los medios de comunicación y sus fuerzas de poder, el impacto en las sociedades no ha empatado con las necesidades cívicas de los individuos. El surgimiento de los grandes conglomerados de medios de comunicación han causado que éstos no sean únicamente los guardianes o supervisores del poder público o político, o los “medios” entre la sociedad y el Estado. Parecen jugar el rol de organismos con una autonomía económica propia volcada en mayor medida a los intereses políticos y económicos del mundo actual (...) Esto es el origen de una nueva relación entre Estado-medios-sociedad...¹⁸³

Hay dos conceptos primordiales para saber y entender el rol y las decisiones del sujeto social en el sistema político. Al haber una forma elevada de participación democrática y la figura de un súbdito en un régimen político, éstas dos personas se vuelven determinantes para comprender la estructura social con relación a la participación política.

Almond y Verba aseveran que “el ciudadano, a diferencia del súbdito, es un participante activo en el proceso político- el proceso por el que se realizan las decisiones políticas. Pero el rol del ciudadano, no sustituye el del súbdito ni el parroquial: está añadido a éstos [...] en la democracia donde el rol del hombre de la calle, en cuanto partícipe activo en los asuntos políticos de su país, adquiere significado. El hombre, cuya relación con el Gobierno es la de un súbdito- un beneficiario pasivo o una víctima de las acciones rutinarias del Gobierno- no deja de faltar en una sociedad tradicional.”

Un ciudadano o súbdito forma sus actitudes políticas basándose en un sin fin de factores relacionados con el entorno en el que desenvuelve, algunos se configuran

¹⁸³ LUNA PLA, Issa. *Medios de comunicación y democracia: Realidad, cultura cívica y respuestas legales y políticas*. Razón y Palabra. Número 23. Disponible en (www.razonypalabra.org.mx) Consultado en [http://bit.ly/1LcrZpi] el 16-6-15 a las 2:41 a.m.

gracias a la exposición que tienen con la postura política de las personas que conforman su círculo social más cercano, sin saber si esas opiniones son intencionadas o no, esto incluye experiencias tempranas de socialización.

Está claro que muchas clases de experiencia pueden afectar a las actitudes políticas básicas, y estas experiencias pueden presentarse en momentos muy distintos. Si bien las actitudes políticas ni se derivan de una sola fuente, podemos por lo menos tratar de describir qué fuentes son las más significativas.¹⁸⁴

Las relaciones sociales y la educación del sujeto desde su adolescencia hasta su etapa adulta permean notablemente en su postura política, ya sea para informarse y participar o para mantenerse al margen y apático. Almond y Verba apuntan que la incidencia que tenga la opinión de un individuo en decisiones importantes tanto en su vida personal como en otros aspectos, repercute en el ámbito político, pues...

si en todas sus relaciones sociales no se le ofrece ninguna oportunidad de participar efectivamente en las decisiones, puede sacar de aquí la creencia general de que es incapaz de controlar cualquier decisión, incluida la política. Si por otra parte, se da cuenta de que los elementos de autoridad en las situaciones sociales son accesibles a su influencia, puede llegar a creer que también los elementos de autoridad en la política serán igualmente accesibles a su influjo(...) la generalización de la esfera no política se reflejan en el sistema político(...) Las experiencias participatorias no políticas aumentan la disponibilidad del individuo había un rol político activo e incrementan igualmente la probabilidad de que creará en su influencia política.¹⁸⁵

Cuando se habla de participación política, la educación es un principio notable. Los politólogos Almond y Verba aseguran que la persona más educada se da cuenta más fácilmente del impacto causado por el Gobierno; se encuentra más dispuesta a afirmar que está pendiente de los asuntos políticos; posee mayor información política; se encuentra dispuesta a charlar sobre política, entre muchos otros aspectos en relación con la forma de gobierno y sus gestiones.

¹⁸⁴Ibíd. P. 369.

¹⁸⁵ Ibíd. P. 416-417.

El nivel de educación no sólo es importante para cualquier situación de la vida de un sujeto, sino constituye el mínimo requisito para que pueda haber una participación política. Otro factor por el que se tiene poca participación es por los ingresos económicos que tienen la mayoría de la población, lo que ocasiona una menor disposición para informarse, comprometerse y participar políticamente.

La actividad política no es más que una parte de los intereses del ciudadano y generalmente, no una parte demasiado importante. El mantenimiento de otras orientaciones restringe el grado de su compromiso en la actividad política y reduce a la política a su propio lugar.¹⁸⁶

Finalmente la participación política de las personas es determinada por una serie de agentes como la educación, la estabilidad económica, la información a la que se exponen de los medios de comunicación, la familia, amigos o conocidos y la cultura y partidismo político en el que se encuentren, lo que crea un entramado complejo.

A los gobernados no les interesa el poder, sino un mínimo de seguridad y de libertad en sus asuntos privados: siempre que no se quite a la generalidad de los hombres su propiedad ni su honor, viven contentos y en paz.¹⁸⁷

¹⁸⁶ *Ibíd.* P. 531.

¹⁸⁷ SCHENONI LEANDRO, Luis. *El concepto de lo político en... Op. Cit.* P. 217.

3.- Política mediatizada: nueva forma de gobernar

Hablar de democracia incluye un sin fin de criterios como la ciudadanía, políticas públicas, medios de comunicación, manejo de información, gobernante y gobernado. El siglo XXI le ha añadido un actor más, la espectacularización como nueva forma de hacer política y de demostrar quién se encuentra a cargo de una entidad.

En América Latina los medios de comunicación y el gobierno han pactado una relación benefactora donde, como relatan los escritores José Natanson y Jacinto Rodríguez en el libro *¿Por qué nos odian tanto?* en los “Estados en América Latina han devenido gobiernos y los gobiernos se han hechos presidencialistas y los presidentes viven del rating que les dan las guerras mediáticas. Y estos conflictos mediáticos son los conflictos que nos estamos dando como sociedades llamadas democráticas”¹⁸⁸

El periodista cubano Julio García Luis afirma que hoy como nunca se hace evidente la vertiente política de la comunicación; actualmente se puede aseverar sin ningún riesgo que, la inclinación política se encuentra presente en todo, a todas horas y en cada escenario de las actividades de los medios de comunicación.

Donde los mandatarios ejercen una violencia simbólica que se mantiene sobre la desmesurada y arrasadora encrucijada de llevar hacia una *pesadilla totalitaria para convertir al mundo en un mercado único, con un gobierno único y un pensamiento único*.¹⁸⁹

Los doctores en ciencias sociales, Camilo Valqui y Cutberto Pastor explican en su obra *Capital, poder y medios de comunicación: una crítica epistémica* que el ser humano se encuentra ante la producción industrial de un pensamiento sistémico, donde la industrialización de la ideología y la enajenación mediática han

¹⁸⁸NATANSON, José, Rodríguez Jacinto. Et. Al. *¿Por qué nos odian tanto?* [Estado y medios de comunicación en América Latina]. P. 314.

¹⁸⁹VALQUI CACHI, Camilo. Pastor Bazán, Cutberto. *Capital, poder y medios de comunicación: una crítica epistémica*. P. 7-8.

determinado una compleja industria-ideológica-política imperialista, crea y perfecciona falsas conciencias en correspondencia con los cambiantes patrones de acumulación, crisis constantes y las nuevas maneras de seguridad y dominio.

En suma, la ideología sistemática enajena y justifica el estado actual de cosas de crisis, hambre, exclusión social, expolio, racismo, decadencia, violencia, belicidades, terrorismo de Estado y recolonización (...) Esta enajenación ideológica sistemática a través de los medios de comunicación masiva (...) construye y fomenta la falsa conciencia que necesitan las oligarquías burguesas transnacionales para mantener su predominio y dominación económica e ideológica en cada parte del planeta.¹⁹⁰

Ambos aseguran, las tecnologías de comunicación del siglo XXI se han desvirtuado en medios del poder imperial al engendrar un poder omnímodo, descarta, avasalla y tiende a privatizarlo todo, incluido individuos, ideas, valores y la misma naturaleza.

Por su parte el filósofo alemán Theodor Adorno, encontraba en las sociedad de occidente derrocó al nazismo, componentes de continuidad de la época fascista, por la facilidad de olvidar el pasado y la ambigüedad, que se refuerzan con la ayuda de la competencia y generación de una industria cultural *ad hoc* que les permite difundir las premisas de la dominación individual y colectiva, utilizadas por los medios masivos.

En este sentido el periodista Pascual Serrano expresa, en realidad los medios operan con un doble discurso y normalmente alardean de lo que no son, todos se presentan ante los miembros de una sociedad como defensores de la paz, pero en el fondo juegan roles fundamentales en el origen del oído y la legitimación de conflictos.

Serrano asevera en el libro mencionado que “la TV está al servicio de las grandes compañías transnacionales para promocionar productos y vender mercancías, enajenando a la población que adolece de una programación cultural. Estos medios,

¹⁹⁰ *Ibíd.* P. 22.

más que medios de entretenimiento, son medios de dominación ideológica sobre el pueblo trabajador, creando una gran industria de ganancias económicas y una manipulación constante, que en cada hogar se cuenta con un televisor o una radio, y los mensajes tienen a reforzar la ideología dominante.”

Ante este contexto las personas se encuentran inmersas en una dictadura mediática, son parte del entramado de los medios y el sistema político establecido, que tratan de fundar por medio de la enajenación mediática la mitigación de la lucha de clases.

“Esto explica en parte el predominio del embotamiento, apatía, desmovilización, prejuicios, frivolidad, miedo, complicidad, silencio, individualismo exacerbado y la banalidad en grandes sectores de la sociedad contemporánea”¹⁹¹

Los medios se convierten en simples aparatos tecnológicos de entretenimiento, no informan de nada, como lo mencionan Valqui y Pastor, el ciudadano tiende a desconocer más allá de lo que ocurre en su región, no tiene conocimiento de lo que pasa en el mundo, sus problemas se ciñen meramente al ámbito local, la política pasa a segundo plano. De manera que la televisión se convierte en un sistema imperante, un medio legitimador que produce propaganda de guerra *que se diseña como plan de comunicación gubernamental*.

Nunca la comunicación fue tan importante, ni fue noticia de primera plana. Los medios de comunicación producen mucho ruido político en nuestra América Latina siglo XXI. Y es que asistimos a unos gobiernos fascinados por la lógica de los medios y a unos medios... que no quieren perder sus privilegios y dominio sobre la opinión pública.¹⁹²

Omar Rincón, profesor de la Universidad de los Andes, menciona que el vínculo entre medios y Estado, son una estructura bastante compleja, ambigua y contradictoria, una correlación; pues cada gobierno acomoda leyes, poder y medios

¹⁹¹ VALQUI CACHI, Camilo. Pastor Bazán, Cutberto. *Capital, poder y medios de comunicación: una crítica epistémica*. P. 43.

¹⁹²NATANSON, José, Rodríguez Jacinto. Et. Al. *¿Por qué nos odian tanto? [Estado y medios de comunicación en América Latina]*. P. 6

para asegurar su éxito, entonces la comunicación es igual a gobierno y el sujeto asiste a la efervescencia de un Estado Comunicador. Es *¡La mediática del poder!*

En este entorno, el gobierno juega el rol de emisor y los medios como instrumento para difundir la información del primero, conforman *la mediática del poder*¹⁹³. Entonces, el ser humano habita en una democracia mediática, del espectáculo y, al ser la comunicación una forma de seducción que despierta entusiasmo y otros efectos, en Latinoamérica, específicamente, crean un escenario de conflicto y tensión que perjudica a la democracia.

Es importante aclarar, que no existen políticas de comunicación en perspectiva de Estado, sino en función de los gobiernos, pues no es posible referirse a una correlación entre estos dos, sino entre medios y gobiernos.

La mejor política de comunicación es la que no existe, afirman los dueños de los medios. Y es que los medios privados han creado su propia realidad. Una que se guía por una moral de clan que representa a los dueños del poder y que expresa poca transparencia informativa (...) Una que basándose en el poder moral y la tradición liberal de la libertad de expresión afirma su derecho a juzgar, condenar, absolver, ordenar o gobernar (...) sólo les interesa el negocio e imponer un sistema de pensamiento y discurso único (...) la tendencia es que los medios informan y piensan y no se quiere ofender ni al poder gobernante... el resultado desconexión de los medios con los ciudadanos y conexión con el poder; los medios dejaron de ser contrapoder.¹⁹⁴

Los gobiernos despliegan una inquietud por establecer nexos con los medios privados, de esa manera logran emitir y propagar información engañosa, con base en el terror mediático, generando desinformación. En los últimos años los representantes creen que el poder se ha transferido hacia la opinión pública, es decir hacia los comunicadores, lo que genera más preocupación por mantener el control de los medios.

¹⁹³Ibíd. P. 6

¹⁹⁴Ibíd. P. 7-8,

Por ende, las autoridades consideran que los medios de comunicación tienen el poder, entonces para ellos es indispensable tenerlos de su lado, lo que conlleva a gobernar de la mano de los medios.

El gobierno se transforma en un “productor de información, no responde las preguntas de los periodistas, pero acusa y crítica, persigue legal e ilegalmente al que piensa distinto, realiza campañas de difamación contra los medios que no están con el gobierno, usan la publicidad oficial para premiar/cooptar a periodistas y medios. Se busca la dictadura mediática y el control de la libertad de información”; de acuerdo a los escritores José Natanson y Jacinto Rodríguez.

Como lo expresa Manuel Castells, la sociedad asiste a la *era de la información*, se le sobrevalora, por tanto los medios adquieren un significado especial por ser los transmisores de los acontecimientos más recientes. En dicha esfera confluyen gobierno-sociedad. Además los medios no sólo fungen como formadores del imaginario colectivo, también como instrumentos que generan enormes cantidades de dinero, y por esta razón la información sólo se ve como el paso para obtener beneficios personales.

Específicamente en México “los medios y los periodistas se acostumbraron a “negociar” con el poder de los partidos, los gobiernos y las empresas mediáticas”¹⁹⁵. A pesar de los múltiples medios que existen en el país los mexicanos se caracterizan por una elevada enajenación administrativa, aunado a un nivel de desinformación alto que no les permite sentirse comprometidos con los procesos políticos y burocráticos, lo que se refleja en cómo utilizan el tiempo libre (cubrir actividades familiares, sociales o personales) dejando de lado acciones que tengan que ver con aspectos políticos.

Gran parte de este aislamiento y desequilibrio puede explicarse por la historia política mexicana. Antes de 1910, el sistema político mexicano era primordialmente de carácter explotador (...) De este modo, la experiencia histórica y el recuerdo personal sostiene la enajenación respecto a la autoridad gubernativa

¹⁹⁵Ibíd. P. 10.

y estos recuerdos específicos concuerdan con las tendencias actuales de autoridad en las diferentes instituciones de la sociedad mexicana.¹⁹⁶

En la República Mexicana la política se relaciona íntimamente con los partidos políticos, desestructurados la mayoría de veces, se asemejan a un proceso fluido en permanente cambio, no aceptan el vacío que el tiempo a dejado y que han ocupado otros actores como los medios de comunicación, quienes, como ya se expresó son los que tienen el poder y las herramientas para gobernar a una sociedad que cree más en ellos que en las mismas instituciones o iglesia.

El mexicano cree más en los medios de comunicación antes que en la política y los partidos, aspecto que refleja lo insatisfechos que se encuentran con el desempeño del sistema político actual, derivado de la falta de atención a los sectores más debilitados. Con la hipermediatización de la política, como alude Castells, la lucha de resistencia y reivindicación cultural respecto a las formas de ejercer el poder han cambiado y traído consecuencias sociales.

Para el caso mexicano, se puede apreciar con el inicio del siglo XXI como los actores de la comunicación política comenzaron a transformar la comunicación política presidencialista: 1) se amplió el número de partidos políticos contendientes por el poder político; 2) los medios lograron cierta autonomía al empiedra ese económicamente; 3) la ciudadanía comienza a tener mayor presencia, sobre todo al exigir sus derechos.¹⁹⁷

Entonces se le puso mayor atención a la imagen presidencial, se creó una estrategia de marketing y comunicativa para mediatizar la imagen del ahora mandatario.

Por ende “la agenda de los medios es la agenda del poder. Los medios no se ocupan de los intereses de la mayoría sino de los temas que incumben a quienes

¹⁹⁶ ALMOND, Gabriel. VERBA, Sidney. *La cultura cívica... Op. Cit.* P. 468.

¹⁹⁷ ESPINO SÁNCHEZ, Germán. *La transformación de la comunicación política en las campañas presidenciales de México.* Vol. 18. Número 56.

pueden consumirlos”.¹⁹⁸ Pues las personas *superinformadas* se encuentran menos susceptibles a los datos transmitidos, especialmente por la televisión, ya que ellas se enteran de los acontecimientos nacionales e internacionales por medio del periódico y la gran mayoría de la población no lee diarios o tiene acceso a Internet, lo que hace a la televisión un medio más poderoso con respecto a las personas que sólo se informan por medio de éste aparato.

A pesar de que la mayoría de las personas no se encuentran satisfechas con el sistema de gobierno y el ambiente actual que envuelve al país, la enajenación administrativa y política no es completa. Los habitantes en la República Mexicana tienen un fuerte sentimiento de orgullo nacional que se refuerza en tiempos de democracia, con el papel que desarrollan los medios, lo que da lugar a la corrupción por parte del gobierno. Se vuelve más común que la represión y la información *pasa de ser un pequeño hilo de agua a un caudal que nos inunda*¹⁹⁹.

Mientras eso pasa, los medios juegan un doble papel, le dicen al emisor que al igual que ellos también se tienen que defender del Estado, porque se encuentran en permanente adopción de estrategias autoritarias gubernamentales. Pero los gobiernos no se quedan atrás y aducen que los medios son unos cuervos mercantilistas de la información a los que poco les interesan los derechos de las audiencias. Gobiernos y medios aseveran y al mismo tiempo denuncian públicamente que “el otro” es quien tiene el poder para hacer de la información lo que se quiere. “Medios y Estado en América Latina fueron instituciones que nacieron de la mano”.²⁰⁰

El resultado de la política democrática en la actualidad es la que se da desde los medios, esa continua batalla por saber quién tiene el poder de persuadir a la sociedad.

¹⁹⁸NATANSON, José, Rodríguez Jacinto. Et. Al. *¿Por qué nos odian tanto? Op. Cit. P. 283.*

¹⁹⁹ *Ibíd.* P28.

²⁰⁰NATANSON, José, Rodríguez Jacinto. Et. Al. *¿Por qué nos odian tanto?.. Op. Cit. P. 316.*

La mediatización juega un papel determinante, los personajes políticos se encuentran más preocupados por el rival del entretenimiento, pues éstos se han convertido en actores políticos que defienden una ideología de libre mercado y han logrado que las opiniones vertidas y difundidas a través de sus canales sean determinantes en la opinión pública.

De ahí que los receptores asistan a un momento político extraño donde hay exceso de opinión en los medios y poco periodismo, derivado de actores políticos y medios más interesados en hacer de la política un espectáculo que se ha convertido en nueva forma de gobernar, que resulta en una completa desconexión por parte de la sociedad.

Capítulo V

La pantalla como soporte de la política mexicana

1.- Conformación del Estado Mexicano

Hay una gama inmensa de libros y autores que abordan de manera extensa el significado y lo que engloba la palabra Estado. Con el paso de los años el concepto ha tomado distintos significados.

Para el politólogo Giovanni Sartori la palabra Estado se convierte en importante y necesaria solo cuando comienza a designar una Herrschaft, un dominio caracterizado por la presencia estructural, impersonalidad, y efectivo control territorial sobre todo el territorio en el que se presume jurisdicción. Para llegar a esto se debe arribar al siglo XIX.

Y entonces el Estado que nosotros conocemos, el Estado como un conjunto complejo y vastísimo de estructuras de mando, de administración y de legislación, sostenido por una variedad de aparatos, es para occidente una entidad que comienza a transformarse en gigantesca sólo con la primera guerra mundial; de esta manera describe al Estado en su obra ¿Qué es la democracia?

El Estado Mexicano es un ente abstracto, es imposible entenderlo sin remontarse a su conformación. Hablar de México y su constitución como país independiente y emanado de innumerables luchas armadas y conflictos por la conformación de un proyecto incluyente y justo para todos sus pobladores es sólo una pequeña parte del proceso que llevó a la conformación de las Instituciones y del Estado–Nación.

El origen de los pobladores de nuestro país se remonta unos 20,000 años atrás. A través del estrecho de Bering hubo una gran migración del continente Asiático hacia América, aquellas personas del continente americano llegaron a Alaska.

Sin embargo fieles a su comportamiento siguieron su camino (no hay que olvidar que estos pequeños grupos de personas eran nómadas y todo el tiempo estaban en constante movimiento); algunos de estos grupos decidieron establecerse en México, otros más decidieron migrar a Centroamérica y algunos siguieron su camino hasta la parte sur del continente.

Alrededor del año 1500 a.c. surgió la cultura que se considera la madre de todas las subsecuentes, puesto que ésta fue la primera y la que dio origen a todo, la cultura Olmeca.

Posteriormente se desarrollaron otras culturas en el territorio, entre ellas la cultura Mexica en el centro del país y los Mayas en la zona del sureste. Los olmecas heredaron a estos pueblos, grandes adelantos científicos que les permitieron más adelante desarrollarse como las grandes civilizaciones.

Para 1535 y después de un largo peregrinar desde su lugar de origen en Aztlán, los pobladores decidieron asentarse en un islote en el lago de Texcoco, y formar lo que hasta 1521 sería el gran imperio azteca.

El origen principal de los pobladores del país fue la civilización Mexica, éstos aparecen en los relatos históricos en el siglo XII, son descritos como un pueblo indigente que salió de su lugar de origen para buscar un sitio para establecerse.

Su historia nos habla de una larga migración, que abarcó desde principios del siglo XII a mediados del XIV, después de haber partido de un sitio llamado Aztlán, con el propósito de encontrar una tierra prometida.²⁰¹

De acuerdo con antiguos códices los mexicas abandonaron Aztlán en 1113, por más de dos siglos migraron por diversos territorios del centro del país, entre los que destacan: Cuauhtitlan, Xaltocan y un área que se extiende desde Ecatepec hasta Azcapotzalco, donde se pusieron a las órdenes de la alianza Tenayuca- Texcoco,

²⁰¹ DOMÍNGUEZ CHÁVEZ, Humberto, *Los Mexicas*, Recuperado de: [http://portalacademico.cch.unam.mx] Disponible en: <http://bit.ly/1PWVdq8> Consultado el: 200-05-15 a las 12:50

Para 1279 el señorío de Azcapotzalco los recibiría en Chapultepec²⁰².

Su asentamiento en dicho lugar duraría apenas 20 años debido a diferencias de Azcapotzalco con señoríos rivales. Tuvieron que desplazarse al Lago de Texcoco, en este lugar presenciaron el cumplimiento de su profecía, la cual decía que debían establecerse en aquel lugar donde encontrarán un águila (que representaba a su principal Dios Quetzalcóatl) peleando con una serpiente sobre un cactus.

A partir de aquel momento comenzó la construcción del imperio (mediados del siglo XIV), el cual sería más tarde el mayor imperio de la región. Cabañas, templos y centros ceremoniales fueron construidos para irle dando forma a la ciudad de Tenochtitlan.

Desde que los mexicas dejaron de estar subordinados a los tepanecas (1428) y entraron en alianza con Texcoco y Tlacotalpan se convirtió en el Estado más poderoso.²⁰³

En aquellos tiempos los pequeños asentamientos o reinos, como también eran conocidos se denominaban *señoríos*. De tal manera que aproximadamente existían unos 1.500 asentamientos con estructura y organización propia. Dichos señoríos establecían alianzas o relaciones jerárquicas entre sí, por lo que algunas de éstas agrupaciones se subordinaban o se imponían a otras.

Cada reino o señorío, de la dimensión que fuera, funcionaban como una unidad territorial, se identificaba con un conjunto de templos y plazas, contaba con un área residencial y áreas productivas, además de tener tribunales recaudadores y una estructura administrativa.²⁰⁴

Otra manera en que eran conocidos los señoríos era con el término de *Altepetl*, palabra que significaba “cerro de agua”, estos lugares que poseían una estructura

²⁰² ibíd.

²⁰³VELÁSQUEZ GARCÍA, Erik. NALDA, Enrique. Et. Al. *Nueva historia general de México*. El Colegio de México, 2013. P. 144.

²⁰⁴Ibíd. P. 154.

muy particular eran gobernados por la figura del *Tlatoani*, figura de mayor autoridad en la organización.

En los barrios existieron comunidades unidas por sus costumbres y tradiciones, un conjunto de familias que compartían el lugar de residencia se denominaban *calpulli*. Los cuales representaban las unidades sociales básicas para la vida de la unidad política mayor.²⁰⁵ Los integrantes de un *calpulli* compartían parentesco o pertenecían a algún linaje o descendencia, además de esto eran especialistas en sus actividades laborales y los conocimientos eran transferidos de generación en generación.

Los barrios del México antiguo se caracterizaban por ser comunidades sin estratificación interna. Todas las familias vivían en las mismas condiciones y solo destacaba la del jefe del barrio. El jefe tenía una serie de responsabilidades que justificaban la diferencia.²⁰⁶

La organización mexicana estaba constituida por distintos estratos sociales, los cuales determinaban el rol que desempeñaban en ella. En primer punto estaban los comuneros que eran llamados *macehualtin*, ellos conformaban una gran parte de los barrios y debían pagar tributo a los nobles. Sus funciones dentro de la sociedad era participar en obras públicas y combatir en la guerra en caso de que su señorío así lo requiriera.²⁰⁷

Por otra parte se encontraban los *plebeyos*, grupo que se caracterizó por dedicarse a diversas tareas productivas, y estaban especializados en diversos procesos artesanales o de cultivo. Ellos se encontraban al mismo nivel jerárquico que los *macehualtin*, por lo que igual tributaban a los nobles, sin embargo estaban encaminados a tareas más específicas.

Un peldaño más arriba de la pirámide estaban los *nobles*, sector social que gozaba de enormes privilegios, además de que ocupaban los cargos importantes de gobierno y

²⁰⁵Ibíd. P. 154.

²⁰⁶Ibíd. P. 157.

²⁰⁷Ibíd. P. 157.

en el sacerdocio, lo que les permitía vivir con cierta riqueza gracias a la distribución que hacían los gobernantes de los productos tributados por las clases bajas. Los miembros de esta clase social también era conocidos como *pipiltin*.²⁰⁸

A su vez existían los artesanos y mercaderes que basaban su forma de vida en el comercio y, a diferencia de los *plebeyos* y *macehualtin*, no pagaban tributo en forma de trabajo, pero sí en especie, “algunos autores los consideran una clase social aparte, como una suerte de clase media o clase en ascenso”.²⁰⁹

Cabe mencionar que las estructuras de esta organización social eran muy rígidas, por lo que prácticamente era imposible poder ascender. Fue por este motivo que las clases desfavorecidas veían en la guerra una posibilidad para conseguir una mejor vida, ya que el éxito militar era una de las pocas maneras de aspirar a una mejor posición social.

Otro punto importante en la organización de los mexicas era la educación, la cual se dividía en 2 tipos de escuelas. Por un lado se encontraba el *calmécac* al cual acudían los hijos de los nobles, y por otro aparecía el *telpochcalli* que era el centro educativo de los descendientes plebeyos.

Casi dos siglos duró el esplendor de un imperio que parecía tener una solidez única, sus grandes construcciones como plazas, templos o recintos ceremoniales son apenas pequeñas pruebas del gran legado que dejó esta civilización; que además en 1521 con la irrupción de los españoles se puso fin a una época.

La conquista, etapa importante para la conformación del país y sociedad, comprende a partir de la caída de la ciudad México–Tenochtitlan, que aunque fue un proceso largo y lento, se toma como punto de partida el día en que los españoles tomaron la ciudad el 13 de agosto de 1521. No obstante las acciones ibéricas comenzaron tiempo atrás.

²⁰⁸Ibíd. P. 157.

²⁰⁹Ibíd. P. 159.

El deseo de los reyes de Castilla y Aragón de participar en los circuitos comerciales que se estaban formando llevó en 1492 a financiar el viaje de Cristóbal Colón en busca de la India.²¹⁰

Sería hasta abril de 1519 cuando llegó una nueva exploración, con el tiempo dio buenos resultados “La tercera de esas expediciones involucró a más de 600 soldados castellanos al mando de Hernando Cortés y desembarcó en Zempoala, cerca del actual puerto de Veracruz”.²¹¹ Cortés se dio cuenta, si quería triunfar en el intento de conquistar las tierras debía hacerse de algunos aliados, por lo que en un primer momento unió fuerzas con el señorío de Zempoala y más tarde se rindieron pacíficamente ante ellos agrupaciones como los Tlaxcaltecas, Hujotzingo, Tehuacan, entre otras.

Al lado de esto se desarrolló una acción de gran significado estratégico y simbólico, la conquista de México – Tenochtitlan, joya del mosaico político mesoamericano y su más destacado centro económico.²¹²

El 13 de agosto de 1521 se consuma la conquista, con la captura de Cuauhtémoc, líder de la imperio. “El imperio prácticamente desarticulado y con la ciudad principal en sus manos, los españoles comenzaron a estructurar un nuevo proyecto político formal nombrado ‘Reino de la Nueva España’”.²¹³

La estructura política del imperio conservó casi la misma forma, salvó para a aquellos señoríos que habían decidido aliarse con los conquistadores, para ellos hubo una cierta cantidad de privilegios e incluso recibieron rangos políticos especiales como retribución al apoyo brindado en la lucha.

Sin embargo para el resto de los pobladores que formaban parte de la Tripe Alianza el esquema no cambió, cambiaron los gobernantes, no obstante la subordinación y

²¹⁰Ibíd. P. 170.

²¹¹Ibíd. P. 171.

²¹²Ibíd. P. 176.

²¹³Ibíd. P. 178.

el pago de tributos debía seguirse haciendo para los nuevos dirigentes que decidieron restaurar y modificar la ciudad de Tenochtitlan para conservarla como la capital del imperio.

La corona no asentó de golpe su control sobre la Nueva España ni se hizo de un día para otro la estructura institucional requerida para hacer honor a la imagen formal que se le daba.²¹⁴

Durante los siguientes años los españoles trabajaron para que su previa conquista militar tomara relevancia, y decidieron emprender acciones para transmitir su cultura y sus valores, así como establecer una forma de control sobre todos los pobladores de la Nueva España.

Llegó el proceso de evangelización, donde figuras eclesiásticas provenientes de España llegaron a difundir la palabra de la iglesia española, el catolicismo. Con esta iniciativa se buscaba llevar hasta los “indios” una nueva visión del mundo donde el cosmos, la vida, la muerte o el más allá eran cosas totalmente diferentes.

El trabajo de los Frailes resultó de gran importancia porque además de la predicación funcionaron como figuras de autoridad que proveían a las comunidades de educación y organización.

Con la imposición de un proceso de transformación cultural los habitantes nativos tuvieron que comenzar a acudir a misa solamente por la cuestión de que las autoridades de sus pueblos les imponían la asistencia a dichos eventos como una obligación o parte de su tributo. Representaciones de vírgenes, ángeles y santos comenzaron a llegar desde España.

Con los eclesiásticos al frente de la educación y la propagación del catolicismo por todo el continente, la figura de la religión cobró gran importancia, poseían el poder de influir en las percepciones y decisiones de la gente.

²¹⁴VELÁSQUEZ GARCÍA, Erik. NALDA, Enrique. Et. Al. *Nueva historia... Op. Cit.*. P. 187.

La corona española comenzó a prestar más interés en las nuevas tierras conquistadas, para fortalecer su estructura en dichos territorios, designó a una persona que fungiera como representante del rey. Por eso en 1535 España se hace representar en territorio mexicano bajo la figura de Virrey, en el que recaían las responsabilidades de gobierno del nuevo mundo. “Aunque el virrey ocupaba el puesto principal de mando no podían hacerlo de manera absoluta, ya que el aparato de gobierno estaba compuesto por una contraposición de poderes donde existían distintas fuerzas que balanceaban la toma de decisiones”.²¹⁵

Tres siglos después, a inicios del siglo XIX la situación en la Nueva España cambió, la situación social y económica pasaba por un momento complicado, las marcadas diferencias entre los habitantes habían generado un ambiente hostil por la desigualdad de posibilidades. Personajes como los criollos tenían un sentimiento de rencor por ser considerados españoles de segunda.

Grupos nutridos de gente que se sentía inconforme comenzó a reunirse y a organizarse para hacer frente a la situación que parecía empeorar cada vez más con la presión que ejercían las tropas francesas sobre la corona española, obligándola a pagarles tributo y con el riesgo de ser conquistados. Dichas conspiraciones eran reprimidas duramente cuando se descubrían.

La madrugada del 16 de septiembre, dos días después de que Francisco Xavier Venegas se hiciera cargo del virreinato, Hidalgo convocó a sus feligreses en defensa del reino que los “gachupines” “querían entregar a los franceses”, en contra de la opresión y de los tributos.²¹⁶

En el intento por conservar el poder sobre la Nueva España y todos los territorios conquistados por la corona Española y ante una incipiente revolución que presionaba a las autoridades en turno, es impulsada por liberales de la época la realización de una constitución que estableciera el funcionamiento del gobierno, se reunieron a los representantes de los territorios que pretendían legislarse.

²¹⁵Ibíd. P. 212.

²¹⁶Ibíd. P. 363.

En marzo de 1812 fue promulgada la Constitución de Cádiz (aún siendo colonia), *no se establecían grandes diferencias respecto a las antiguas leyes pero proponía algunos cambios importantes respecto a los derechos de los ciudadanos y las responsabilidades que tenían para con la nación.*²¹⁷

Para 1814 después de un largo proceso histórico, se decretó la Constitución de Apatzingán el 22 de octubre, siendo ésta el documento base para lo que sería después la Carta Magna de 1917 y la que regiría hasta pleno 2016 a los mexicanos.

La constitución de Apatzingán se encuentra “influida por el pensamiento político francés y por la Constitución de Cádiz”; sin embargo aunque eso influyó la mayoría de las ideas fueron reflejo de las desigualdades sociales y económicas percibidas por los autores.

...la “América” se califica ahora como “Mexicana”. La constitución se denomina Decreto Constitucional para la libertad de la América Mexicana. Todas las instituciones se fundan en la soberanía popular. La nación mexicana se declara soberana.²¹⁸

Además de lo anterior se establecía la división de poderes en Ejecutivo: cargo ocupado por el rey que ahora tendría un poder más acotado, Legislativo: poder ejecutado por las cortes, quienes serían las encargadas de realizar las leyes y supervisar las tareas del rey. Por último el Judicial: que estaría en manos de los tribunales y del Supremo Tribunal de Justicia.²¹⁹

Muchos cambios llegaron con la entrada en vigor de la nueva Constitución de Cádiz, la novedad no era simplemente la limitación del poder del Virrey, sino la gran

²¹⁷ *Ibíd.* P. 365.

²¹⁸ S/A. Dos caminos para independencia de México: Criollos autonomistas e Insurgentes independentistas. Recuperado: (<http://museodelasconstituciones.unam.mx>) Consultado el 17-2-16 a las 19:08 p.m.

²¹⁹ *Ibíd.* P. 366.

transformación que le daría a las diferentes tierras la conformación de ayuntamientos locales que les otorgaban una cierta independencia y autonomía .

En noviembre de 1812 se llevó a cabo la primera parte del proceso para elegir miembros del Ayuntamiento de la ciudad de México... Las descripciones muestran que mucha gente salió a votar, incluidas algunas personas que legalmente no podían hacerlo.²²⁰

A la par de este movimiento constitucionalista hacia frente la insurgencia, la cual buscaba terminar con el control de España sobre sus territorios y buscar mejores condiciones tanto para criollos como para mestizos e indígenas.

Hidalgo dictó disposiciones para abolir el tributo, la esclavitud y las diferencias legales de castas, y para reducir las alcabalas. El proyecto político de los insurgentes también incluía la reunión de “un congreso que se componga de representantes de todas las ciudades”. Cuyo objetivo sería conservar la religión y dictar “leyes suaves, benéficas y acomodadas a las circunstancias de cada pueblo.”²²¹

Después de un proceso difícil e intenso de varios años de lucha el movimiento había conseguido legitimidad y apoyo de grupos sociales importantes e incluso de diputaciones provinciales con la promesa de respetar la Constitución de 1812 en todos aquellos aspectos que no se opusieran a la religión y a la emancipación de España; todo esto hasta que no se redactara una nueva constitución. Para 1821 el proceso se consumaría con la adición de militares que se proclamaron a favor del Plan de Independencia y se aliaron al ejército de Insurgente.

Después de conseguir la emancipación de España, el gobierno mexicano hizo cuanto pudo para lograr que se reconociera su independencia. Obtener el reconocimiento internacional era el primer paso importante para conformar la nación y por consiguiente entrar en el nuevo orden mundial de países.

²²⁰Ibíd. P. 368.

²²¹Ibíd. P. 372.

“La instalación del nuevo congreso llegaría hasta el mes de noviembre del mismo año y para el 31 de enero de 1824 estarían promulgando la nueva Acta Constitutiva de la Federación Mexicana”.²²² Con la integración de 20 estados, cuatro territorios y un Distrito Federal la nueva constitución establecía la división de los poderes en Ejecutivo, Judicial y Legislativo, siendo éste último el que poseía mayores atribuciones como redactar o modificar leyes, elegir al representante del poder ejecutivo y vigilar el cumplimiento de sus deberes.

Los cambios más considerables de la nueva Constitución fueron las enormes atribuciones que se otorgaron a los estados, y no sólo en el aspecto de toma de decisiones, sino en el sentido fiscal y administrativo que le daba la libertad de reunir y destinar recursos para el desarrollo de sus territorios, lo que permitió que los estados determinaran el rumbo de la República Federal desde su inicio hasta 1835.

El 4 de Octubre de 1824 las legislaturas estatales eligieron a Guadalupe Victoria como primer presidente, dejando a Nicolás Bravo como vicepresidente, y para el primer día del año siguiente estarían inaugurando las sesiones del congreso nacional.²²³

En enero de 1829 llegaría de manera inesperada la elección de Vicente Guerrero como presidente, acompañado de Anastasio Bustamante en la vicepresidencia, a pesar de la oposición de ciertos grupos a esta decisión del congreso. El nuevo presidente encontró un escenario complicado para gobernar e incluso se tuvo que enfrentar a diversas vicisitudes con escasez de recursos.

...fue una administración desafortunada que tenía que cumplir con las leyes de expulsión de españoles y enfrentaba la amenaza de una expedición de reconquista con las arcas públicas casi vacías.²²⁴

²²²Ibíd. P. 405.

²²³Ibíd. P. 409.

²²⁴Ibíd. P. 417.

Para 1832 el malestar social había crecido por el manejo que había tenido la administración de Bustamante. Los privilegios a las élite y a al clero pronto resonaron en las mentes de algunos opositores.

El primero de marzo de 1833 son elegidos Antonio López de Santa Anna como presidente y Valentín Gómez Farías como vicepresidente. Con una mayoría de federalistas gobernando se emprendieron duras medidas contra el clero, lo que desencadenó un enfrentamiento entre ellos y el gobierno.

*El 23 de octubre de 1835 quedaron las Bases de Reorganización de la Nación Mexicana que regirían temporalmente y que establecían el centralismo.*²²⁵ La redacción de una nueva Constitución que convertía a los estados en departamentos dependientes del gobierno nacional dieron paso a una nueva etapa del poder.

Durante los siguientes años se intentó consolidar el proyecto centralista, sin embargo hombres como Santa Anna y Gómez Farías seguirían impulsando el proyecto Federalista por la vía armada. Durante los siguientes años los enfrentamientos continuaron en el ámbito político.

De 1848 a 1854 se mantuvo la inestabilidad en el país, debido a las constantes guerras extranjeras y pérdida de territorio; varios presidente pasaron por el cargo de ejecutivo federal sin mucho éxito ni reconocimiento. *En 1854 la llegada de los liberales de la revolución de Ayutla pondría fin a un periodo de gris de la historia del país y sería el inicio de una serie de transformaciones políticas y económicas dirigidas por los liberales.*²²⁶

Hombres como Ignacio Comonfort, Benito Juárez y Sebastián Lerdo de Tejada tomaron importancia en la vida política del país y adoptaron medidas para limitar el poder de la iglesia, de las potencias extranjeras y hacer frente a los enemigos nacionales, todo esto desencadenó un enfrentamiento armado llamado la Guerra de

²²⁵Ibíd. P. 424.

²²⁶Ibíd. P. 444.

Reforma y lo que posteriormente derivaría en la Constitución liberal de 1857, en la que finalmente se da la separación entre iglesia-Estado.

A pesar de que la resistencia liberal siempre estuvo presente el llamado *segundo imperio* que se mantuvo estable durante más de 3 años, pero fue en octubre de 1866 cuando Francia retiró la ayuda militar de México, que los liberales se fortalecieron y sitiaron al gobierno de Maximiliano que llegó a su fin el 21 de junio de 1867.

El presidente Juárez entró a la ciudad de México el 15 de julio de 1867. A mediados de agosto convocó a elecciones para renovar los supremos poderes de la Unión, dando por terminada la irregularidad de los tiempos de guerra.²²⁷

Lerdo de Tejada fue elegido presidente constitucional hasta diciembre del 76. En su administración logró puntos importantes como elevar las Leyes de Reforma a rango constitucional y las medidas que hacían efectiva la separación de la Iglesia y el Estado, aspecto importante durante la administración de Juárez.

Tiempo después y a pesar de un inicio difícil por la forma en que llegó al poder, con el paso del tiempo el pueblo fue aceptando a Díaz, bajo la premisa de *Transmutar la libertad en orden*, el gobierno de Porfirio Díaz reformó poco a poco la constitución a manera tal de llevarla casi hasta la dictadura que habría de durar más de 34 años.

En el periodo presidencial de Díaz se caracterizó por aprovechar todo el legado de los gobiernos de la Reforma, algunos avances en el desarrollo y sobre todo el agotamiento de la población que tenía muchos años entre guerras y disputas. El pueblo clamaba tranquilidad.

El gobierno porfirista respetó el modelo constitucional e hizo suyas gran parte de las aspiraciones de la Reforma, que plasmó en códigos y leyes que transformaron el marco institucional de la nación.²²⁸

²²⁷Ibíd. P. 478.

²²⁸Ibíd. P. 488.

Bajo el ideal de progreso el gobierno porfirista se centró en dar al país un camino hacia la modernidad y la prosperidad. Elementos importantes de este periodo fue que la economía se desarrolló, tanto la población como las ciudades crecieron a la par de los esfuerzos de Estado por mejorar la educación y la salud del país.

Sin duda alguna en este periodo el poder Ejecutivo demostró saber colocarse por encima del poder Legislativo. En dicha época también se dio un cambio importante, la diferencia en la tenencia de la tierra.

Después de 32 años en el poder y ante un gobierno que parecía estar más sólido que nunca, Díaz sorprendió al mundo declarando en una entrevista con el reportero estadounidense James Creelman que “estaba listo para dejar el poder y que él aprobaba la creación de partidos políticos que compitieran por el poder, ya que no estaba interesado en reelegirse”.²²⁹

Tras aquellas declaraciones surgieron partidos políticos como el Partido Independiente en Guadalajara quien veía en Bernardo Reyes a su figura principal y el Partido Anti-Reeleccionista integrado por figuras como José Vasconcelos, Filomeno Mata y Francisco I. Madero que sostenían el lema *Sufragio efectivo, no reelección*.

A pesar de las declaraciones que previamente había hecho Díaz, volvió a reelegirse y apresó a sus opositores. Francisco I. Madero, quien se desplazó hacia Texas huyendo de encarcelamiento, convocó al pueblo a levantarse contra un gobierno que había ganado las elecciones mediante un fraude electoral.

El modelo porfirista se desgastó, se aferró tanto al poder que no supo en qué momento debía renovarse y dar paso a nuevos grupos políticos. La incapacidad de satisfacer la incipiente clase media y sectores populares serían las causas que llevaron este sistema a su fin después de 34 años.

²²⁹Ibíd. P. 504.

Miembros muy distintos de la sociedad se sumaron a la lucha contra el gobierno porfirista, y no porque simpatizaran en gran medida con Madero, sino porque querían terminar con la reelección interminable de un gobierno represor, que sólo fijaba su atención en las clases altas.

El movimiento armado terminó con los acuerdos de Ciudad Juárez, firmados el 21 de mayo de 1911, se pactó la suspensión de hostilidades, las renunciaciones de Díaz y de Corral y la sustitución del presidente por el secretario de Relaciones Exteriores.²³⁰

Las nuevas elecciones celebradas en octubre de 1911 dieron como resultado una victoria arrasadora de Madero con su ahora llamado, Partido Constitucional Progresista, el cual había perdido fuerza después de abandonar el precepto anti-reeleccionista. Acompañado de José María Pino Suárez emprendió un nuevo capítulo en la vida política del país.

Posterior a la derrota del régimen maderista y el golpe de estado; Victoriano Huerta fue nombrado presidente provisional, sin embargo, en el norte del país comenzaron las inconformidades con su gobierno. Venustiano Carranza y Francisco Villa fueron dos de los principales representantes que harían frente a su gobierno y que con el debilitamiento del apoyo norteamericano poco a poco fueron debilitando su poder.

La derrota de Victoriano Huerta no significaría el fin de los problemas, una vez consumado el derrocamiento del gobierno los problemas comenzaron para que las distintas corrientes del movimiento se pusieran de acuerdo y se hicieran acuerdos de paz, sin embargo, Carranza y el grupo de Francisco Villa y Emiliano Zapata protagonizaron grandes desacuerdos.

Fue de esa manera como inició el movimiento para redactar una nueva Constitución que incluyera los intereses de todos los mexicanos. A finales de 1916

²³⁰Ibid. P. 540.

se convocó a elecciones de un nuevo congreso constituyente, un proceso que a diferencia de los anteriores se había hecho con mayor legitimidad y representación de todas las zonas de la República Mexicana.

Como resultado de este congreso se obtuvo una nueva carta magna: “en términos políticos, la Constitución de 1917 otorgó más facultades al Poder Ejecutivo que al Legislativo. Otra característica fue el predominio que confirió al gobierno federal sobre los poderes estatales y locales; ósea, resultó una constitución presidencialista y centralista.”

La entrada en vigor de la nueva Constitución llegó en mayo de ese mismo año. Con Venustiano Carranza elegido como presidente constitucional de 1917. La formalización de una nueva ley y gobierno marcaron el hecho del fin de la etapa posrevolucionaria, aunque el movimiento armado siguiera presente hasta 1920.

En 1929 los ideales de la Revolución fungieron como bases para la creación de uno de los partidos políticos más representativos en la vida política de México, el Partido Nacional Revolucionario (PNR).

2.- Historia del Partido Revolucionario Institucional (PRI)

La revolución necesitaba de un organismo de vigilancia, de expresión y de sostén, y esta función esencial es la que correspondía al PNR que, para ese fin, convocaba a todas las agrupaciones revolucionarias de los estados, relata el analista político Luis Javier Garrido en su libro *El partido de la Revolución Institucionalizada (medio siglo de poder político en México) La formación del nuevo estado (1928-1945)*.

El actual PRI pasó por varias fases de desarrollo organizativo que no necesariamente corresponden a las etapas formales de su evolución, ya que de 1929-1935 se intentó formar un partido, el Partido Nacional Revolucionario (PNR).

El PNR, ahora PRI se logró instaurar como un régimen político, durante poco más de setenta años; Almond y Verba argumentan que para que un país mantenga tantos años un régimen es necesario la configuración específica de grupos familiares, educativos y laborales, de motivaciones personales adquiridas en esos grupos, de las comunicaciones entre los miembros de la sociedad, del nivel educativo de la población y de tantas cosas más en que, por supuesto, las propias instituciones políticas tienen un papel de radical importancia

Siete años más tarde, en 1936 se le cambió el nombre a Partido de la Revolución Mexicana (PRM), después de ese proceso hubo un largo periodo de institucionalización, el cual se concretó hasta 1946, fue así como nació el Partido Revolucionario Institucional (PRI) lo que facilitó la permanencia de éste en el poder.

El partido Revolucionario Institucional es un organismo político que sustenta los principios de la Revolución Mexicana. Su principal objetivo es conquistar y mantener el poder público mediante el sufragio y a través de su acción permanente en la lucha por el perfeccionamiento democrático y la justicia

social, a fin de conservar la estabilidad política y acelerar el desarrollo económico y social que demanda la nación²³¹

A través de la ideología y argumento revolucionario, la mayoría de la población apoyó al naciente PNR, sin embargo, a lo largo del régimen la violencia y el autoritarismo que ejercía el partido generó inconformidad en la sociedad.

Durante el régimen se presentaron rupturas en las élites que conformaban el partido, a pesar de esto logró realizar acciones para mantener la hegemonía política. Otro factor determinante fue la subordinación al Estado en la que se encontraban diferentes instituciones y organizaciones, esto permitió que el Partido Revolucionario Institucional concentrara el poder en cada sector del país. La desintegración de los diversos partidos opositores también beneficiaron al régimen durante 71 años.

En los primeros años de vida revolucionaria en México, la realidad nacional del país se encontraba dividida entre dos grupos: los centralistas y, por otra parte los federalistas, aunque éstos coinciden con la idea de unidad nacional, diferían en el proyecto de constitución. Las diferencias entre dichos grupos llevaron a la formación de partidos políticos.

La legislación define a los partidos políticos como entidades de interés público que tienen por finalidad contribuir a la integración de la voluntad política del pueblo y que coadyuvan a la constitución de la representación nacional mediante su participación en los procesos electorales.²³²

El proyecto de consolidación de un poder político como el de Díaz representó el avance de la formación de las instituciones públicas. El éxito de la estabilidad política se sustentó en la permanente represión contra la población campesina; dicha tranquilidad política permitió el origen de la primera “clase política” del país,

²³¹S/A. Documentos 1. *PRI IV Asamblea Nacional Ordinaria*. México. D.F, 1965, P. 297.

²³²VIZZUET AGUIRRE, Javier. *El partido de la Revolución. Historia, estructura y predominio del Partido Revolucionario Institucional*. P.3.

la cual se organizó en la Unión Liberal, comúnmente conocida por “partido científico”.

Posteriormente en el gobierno de Madero se promulgó la primera Ley Electoral, el día 19 de diciembre de 1911, siendo de gran importancia para la historia de la organización de los partidos políticos en México. La ley no sólo daba un reconocimiento a las organizaciones partidistas, también imponía requisitos para la existencia jurídica; los partidos deberían contar con al menos cien integrantes, con un órgano de difusión, no debía tener relación con corporaciones religiosas y no se podría limitar la pertenencia a una clase social.

Los principios elementales de la Revolución Mexicana, conformaron tiempo después la esencia doctrinal, sería rectora del ejercicio gubernativo y fundamento del ideario político en la que se basaría más tarde el Partido Revolucionario. El proyecto de crear un partido político era ser el unificador de todos los “revolucionarios”.

Las luchas constantes por el poder en el interior del país, generaron un nuevo orden institucional, con ello el período que comprendía del año 1918-1927 surgieron diferentes partidos, uno de ellos de izquierda, reconocido como la organización del proletariado.

Nuevamente el país se encontraba en constantes revueltas, esto debido al conflicto entre los grupos partidistas, el presidente Plutarco Elías Calles se enfrentaba al colapso del sistema caudillista y no existía un aparato institucional con la capacidad de cohesionar los diferentes intereses coexistentes.

La alternativa de Calles fue la formación de una institución política partidista que unificara cada uno de los componentes revolucionarios y al interior de la cual, se dirimiera la disputa por el gobierno nacional.

El 27 de mayo de 1929 Plutarco Elías Calles fundó el Partido Nacional Revolucionario (PNR), se constituyó formalmente como un partido de “masas”; sin embargo, la sociedad política se encontraba dividida, algunos veían la formación del partido político como un instrumento que Calles utilizaría para ejercer el poder, a pesar de la situación que enfrentaba la organización logró consolidarse.

La fundación del PNR tuvo una institución patrocinadora, el gobierno, éste determinó su carácter de partido de régimen político, además sirvió para cohesionar a las diversas fracciones de la burocracia política posrevolucionaria.

Los trabajos de conformación del partido estuvieron ampliamente marcados por la ausencia de prácticas democráticas y dicha característica le dio al PNR ante las principales fuerzas políticas una imagen como mero instrumento de control y de dominación del grupo callista.

En esa época había alrededor de 1000 partidos políticos en la República, el PNR buscó someterlos a su autoridad. Tiempo después los principales partidos locales, se convirtieron en el órgano oficial del Partido Revolucionario, poco a poco fueron absorbidos las otras pequeñas formaciones políticas y estatales o municipales del país.

El 1 de noviembre de 1929 al celebrarse las elecciones presidenciales, estando encarcelado el aspirante Vasconcelos del Partido Comunista Mexicano (PCM), los resultados oficiales indicaron que Ortiz Rubio, el candidato del PNR había resultado ganador, a pesar de testimonios que declararon lo contrario.

El PNR se encontraba gobernando el país, la situación interna de la institución era difícil, había diferencias entre los individuos que conformaban el partido, por una parte se encontraban los seguidores de Calles y por otro lado los de Ortiz Rubio.

Calles buscó una solución a través de un hombre que pudiera unificar la organización y fortalecer el sustento popular, así el general Lázaro Cárdenas tomó

la presidencia del partido, de esta manera funcionó el PNR como se esperaba; sin embargo, el partido se convirtió en maquinaria electoral para conservar el poder.

El PNR no tuvo mecanismos democráticos internos ni instancias de participación en su base, tuvo en sus orígenes una composición “popular” conformada por las élites de cada sector de la sociedad, se trataba de masas manipuladas por caciques municipales o estatales que se encontraban inconscientes políticamente y que fueron utilizados para darle al partido su carácter popular.

El PNR se presentó como el organismo político de la Revolución, es decir como el legítimo representante de las masas populares que habían participado en el movimiento armado, de esa forma adquirió un carácter carismático, al presentarse como “revolucionario”, se convirtió en el heredero de la Revolución y en el único partido que podía asegurar la consolidación de dichos ideales en el poder.

Las elecciones que se desarrollaron durante el gobierno del PNR fueron en condiciones muy poco democráticas, la mayor parte de las casillas electorales era ocupada por grupos oficiales armados.

A principios de 1938 se analizaron los cambios estatuarios y se adoptó el nuevo nombre para la organización política: Partido de la Revolución Mexicana, dicho proceso se llevó a cabo durante el mandato del presidente Lázaro Cárdenas, considerándolo como partido popular, pero no de izquierda. Su lema era “Por una democracia de trabajadores”.

Durante este periodo se fortaleció la ideología del partido, se impulsó la unificación de trabajadores y de campesinos en frentes únicos de clase, sin permitir la unión de ambos. Se ayudó a la clase popular, pero sin permitir las ideas comunistas dentro del partido.

El PRM asumió nuevas responsabilidades, se había convertido en la cúpula política de las organizaciones de trabajadores; fue concebido como unidad

orgánica de ciudadanos y como foro de negociaciones entre los grupos sociales con más fuerza dentro del sistema constituido y cada vez más institucionalizado, es así como fue enmarcando las actividades políticas dentro del país.

El crecimiento económico de México y el impulsó a la formación de una burguesía nacional hecha desde la Presidencia de la República había facilitado el despegue de ciertos grupos empresariales.

Las elecciones se caracterizaban por la corrupción, la violencia, fraude, robo de urnas, enfrentamientos que provocaron decenas de muertes así como la presión ilegal ejercida sobre los votantes y en contra del adversario.

Algunas de las acciones que se llevaron a cabo: la congelación de leyes, que a pesar de ser acordes con los principios programáticos de algún Presidente, podían incidir desfavorablemente en las elecciones. Con ello, se cancelaban definitivamente las aspiraciones de los partidos contrarios y se allanaba el camino hacia el civilismo gubernamental.

El partido se utilizó como un centro de negociación entre los grupos organizados que apoyaban al gobierno, se convirtió en instrumento político de comunicación del Ejecutivo con las masas organizadas y aparato promotor de la política gubernamental.

El PRM no era un partido político más en el poder, pero tampoco detentaba la exclusividad organizativa y gozaba de autonomía respecto al gobierno. En realidad, era el único partido político con fuerza, ante la decadencia del Partido Comunista Mexicano (PCM) y la juventud del Partido Acción Nacional (PAN).

El propósito político de 1938 en términos generales fue vago e impreciso, no tuvo otra finalidad que la de ensanchar formalmente las bases partidarias al integrar y encuadrar en el PRM las organizaciones sindicales.

El partido de la revolución se consolidó... como un pilar fundamental del estado mexicano posrevolucionario. La transformación de 1938 lo constituyó oficialmente en una formidable organización de masas y dio sin duda a los dirigentes políticos mexicanos una amplia base social institucionalizada.²³³

En 1941 se reorganizó el Sector Popular del Partido de la Revolución, se conformó por empleados públicos, militares, pequeños propietarios agrícolas, comerciantes y profesionistas, aglutinó a la población al margen de ligas campesinas y sindicatos obreros.

El partido se consolidó en el curso de los tres años del gobierno de Lázaro Cárdenas y la transformación del partido lo constituyó oficialmente una amplia base social institucionalizada que les permitió realizar un programa de reformas sociales.

El PRM continuó siendo el órgano oficial electoral oficial, encargado de preparar las elecciones como de seleccionar a los candidatos a los puestos de elección popular, pero a diferencia del PNR, el Partido Revolucionario Mexicano no fue una vanguardia del régimen sino un sostén disciplinado del Presidente. A pesar de esto, los discursos de sus dirigentes nunca correspondieron a la acción real de la organización.

Los partidos que se presentaban como alternativa al PRM se establecían simplemente con fines políticos, carecían de bases políticas e ideológicas. Al igual que el Partido Revolucionario, sin embargo, la unión y los claros objetivos que lo constituían lograron que fuera el único partido sólido en el país.

Las presiones de empresarios nacionales y extranjeros, así como el de la jerarquía católica trataron de disputarle el poder al PRM en las elecciones de 1940; factor determinante para que el presidente Cárdenas apoyara a Ávila Camacho, en lugar de generar una fractura en la clase política y debilitar al candidato.

²³³ REVELES VÁZQUEZ, Francisco. *Partido Revolucionario Institucional. Crisis y refundación*; Ed. Gernika, P.12

Después de 1945 las masas populares, quedaron reducidas al silencio, se habían convertido en una simple fuerza de legitimación formal de las decisiones tomadas desde el poder. Y el partido se había caracterizado ante la población como un partido de élites.

Los elementos constitutivos de la institucionalización de la actividad política en México se encontraban en proceso de concreción: el sujeto político había dejado de ser el individuo, pasando a ser las instituciones, la actividad partidista se encontraba conformada en organizaciones permanentes, como los partidos derechistas y de izquierda. Sólo faltaba lo formal para construir y legitimar el nuevo orden del sistema político, pero restaba adecuar la estructura constituida al funcionamiento del Partido de la Revolución plenamente institucionalizado.

El 18 de enero de 1946 se fundó el Partido Revolucionario Institucional (PRI), se presentó como un organismo político que heredaba la tradición del partido de la Revolución, adecuándose a una realidad social y política nueva. El proyecto de formación del PRI respondía a la pérdida de fuerza del mandato central del PRM.

Se definió al PRI como una organización política de mexicanos comprometidos con la finalidad histórica de construir, por la vía del nacionalismo revolucionario, una sociedad libre e igualitaria caracterizada por la democracia y la justicia social, esto conforme a los ideales Revolucionarios.

Los principios ideológicos de la nueva organización partidista no variaban fundamentalmente de los del PRM, se afirmaba la Reforma Agraria, la igualdad cívica de las mujeres, el mantenimiento de la política intervencionista del Estado en la economía y la búsqueda de la superación de las desigualdades entre los diversos estratos de la sociedad. Por otro lado el apoyo del gobierno hacia las clases medias se incrementó.

EL PRI fue un partido de masas, su influencia política y su predominio electoral se instauraron en la agrupación masiva de contingentes de ciudadanos, cuya

principal tarea consistió en sostener una fuerza electoral suficiente para preservar el mando político. También llevó a cabo una serie de programas y de negociaciones políticas entre las organizaciones que componían su estructura sectorial.

La facultad que tuvo de adaptación el PRI fue esencial para su permanencia en el poder. Como producto de su papel de partido en el gobierno y no de partido en la oposición, su preocupación estuvo centrada en conservar el orden establecido, de ese modo fue como subsistió a las coyunturas más difíciles.

La nueva Ley Federal Electoral promulgada antes de las elecciones presidenciales de 1946, y bajo un ambiente de fraude y manipulaciones, llegando a enfrentamientos que obligaban a la intervención de autoridades públicas, el candidato Miguel Alemán obtuvo el triunfo. Tiempo después la puesta en operación del programa político alemanista buscaba una industrialización rápida del país que atrajera a representantes empresariales al partido fue llevada a cabo.

Alemán optó por la burocratización del partido y la subordinación de las corporaciones al desarrollo económico basado en la industrialización. La influencia en el gobierno que en un tiempo tuvieron las organizaciones sociales se perdió en el sexenio correspondiente a 1946-1952.

El 1 de marzo de 1949 se fundó la revista “La República”; la presentaron como un órgano de difusión del Partido de la Revolucionario Institucional cuyo primer tiraje tuvo 20 mil ejemplares, siendo un medio innovador dentro del Partido.

Durante esta etapa, la industrialización acelerada significó un control de salarios frente al crecimiento del empleo por la incorporación al trabajo asalariado de la población que emigraba del campo a las ciudades; se devaluó el peso y se censuraron algunas formas de oposición política generada por movimientos obreros lo que creó cierto descontento de éstos hacia el gobierno.

A lo largo de estos periodos se perciben dos grandes tendencias políticas que definieron el perfil de su coalición dominante. Ambas fueron encabezadas por dos expresidentes del país; por un lado la tendencia cardenista y por otro la alemanista. El ideario revolucionario, la política de masas y un discurso obrerista y campesinista fue una constante durante los años correspondientes a 1934-1952.

En 1952 el resultado de los comicios electorales favoreció al candidato a la presidencia Adolfo Ruíz Cortines, postulado por el PRI. Con esto la estructura del sistema político se fortaleció, lo que permitió el desarrollo estable de la vida partidista por dos décadas.

El partido se conformó desde su fundación como el espacio de renovación de las fracciones dirigentes; alimentó con sus cuadros a la burocracia; fue el espacio en el cual se definió el programa de gobierno.

Con el paso del tiempo se convirtió en la herramienta para la realización de diversas funciones como la subordinación de las corporaciones de trabajadores, la socialización de la ideología dominante y la integración de disidentes.

El partido de la Revolución, institucionalizado, vuelto a establecer sus bases sobre las organizaciones obreras, campesinas, burocracia y “sectores populares”, tenía el tapete puesto para su mantenimiento en el poder sin oposición que le hiciera peligrar: el comunismo en franca descomposición; el sinarquismo en plena desorganización; y la triada de partidos de oposición que serían de hecho los únicos con registro por veinte años.²³⁴

A semejanza de los partidos burocráticos de masas, el PRI integró en su seno a obreros, campesinos y trabajadores en general —como ya se citó. Su condición de partido gobernante le permitió contar con una amplia gama de incentivos que lo fortalecieron, lo que propició el escaso desarrollo de cualquier partido opositor.

²³⁴ VIZZUET AGUIRRE, Javier. *El partido de la Revolución. Historia, estructura y predominio del Partido Revolucionario Institucional*. 43

Al finalizar el sexenio de Ruíz Cortines; las siguientes dos designaciones de candidatos presidenciales no generaron escisiones, de modo tal que Adolfo López Mateos y Gustavo Díaz Ordaz, no tuvieron problemas para ganar las elecciones correspondientes, pese a ello las diferencias internas se manifestaron ocasionalmente, al tener como principal protagonista al ex presidente Lázaro Cárdenas.

El presidente de la República seleccionó finalmente al candidato presidencial. A cambio, los precandidatos perdedores obtenían el derecho de recibir incentivos materiales para ellos o para sus respectivas fracciones, al mismo tiempo se les aseguraba un lugar en la coalición dominante y en la propia burocracia gobernante. No había cabida para alguna manifestación, ya que la estructura de oportunidades era amplia y los estímulos económicos vastos.

En las elecciones de 1964 el Partido Revolucionario Institucional postuló al candidato Gustavo Díaz Ordaz, nuevamente los resultados en las elecciones favorecieron al aspirante presidencial del PRI.

En 1965 la tentativa de Carlos A. Madrazo de democratizar los procesos electorales de selección de candidatos y dirigentes en el plano local fue rápidamente frustrada por los gobernadores y más tarde por los dirigentes de las corporaciones que vieron amenazado su poder en el partido y en sus propias regiones, finalmente fue rechazada por el Presidente.

En 1967 se firmó el Tratado de Tlatelolco, el cual establece un acuerdo internacional respecto a la Proscripción de las Armas Nucleares en América Latina y el Caribe, con el objetivo de eliminar dichas armas. Se impulsaron las obras del metro en la ciudad de México, llevó a cabo la tarea de poner en marcha las vialidades necesaria para conectar las sedes olímpicas, se construyó la tercera etapa del Anillo de Periférico, se creó la Avenida de los 100 metros, otorgó el voto a los jóvenes de 18 años, se promulgó la Ley del Trabajo, el objetivo de ésta era

mejorar la situación laboral de los empleados, se desarrolló la telefonía nacional e internacional, se modernizaron y fueron construidos algunos aeropuertos.

Se construyeron diversas sedes deportivas como: el Palacio de los Deportes, el Velódromo Olímpico, la Sala de Armas, la Alberca Olímpica, la Villa Olímpica, el Estadio de Volibol, el Canal del Remo; y se remodeló el Estadio Olímpico Universitario. Se fundó el Instituto Mexicano del Petróleo, la industria petrolera y petroquímica recibió un gran impulso, operó el primer satélite de comunicaciones en el país, los cuales actúan durante la difusión que se da a nivel mundial de los Juegos Olímpicos.

Aunque la creación de algunas leyes y el desarrollo de la infraestructura en México favoreció la administración de Gustavo Díaz Ordaz; la matanza del 2 de octubre de 1968 marcó el gobierno de Díaz, afectando a la sociedad mexicana; a pesar del acontecimiento el 12 de ese mismo mes se llevaron a cabo los Juegos Olímpicos, en el Estadio Olímpico Universitario.

Díaz Ordaz rechazó las solicitudes de audiencia de los estudiantes, pero les ofreció su mano desde Guadalajara. “Chóquenla”, fue el desafortunado giro que empleó. Respondieron los estudiantes que primero analizarían la palma presidencial sometida a la prueba de parafina para comprobar si contenía o no residuos de pólvora. Ni el eufemismo suavizó la brutalidad del desprecio.²³⁵

El sexenio de Díaz Ordaz fue duro, cruel, autoritario, el desprecio a los intelectuales, su desdén por la prensa, su lejanía con la gente y el despotismo del presidente caracterizaron los seis años de su gobierno.

El partido era dominante gracias a la misma estructura del régimen político y no tanto por la fuerza que tuvo con la población. Con el paso del tiempo, su capacidad de concretar sus ideales políticos para el país se fue cristalizando, a tal grado que resultaba poco necesario llevar a cabo las elecciones; no obstante, el partido aseguró la renovación de sus élites.

²³⁵ SCHERER, Julio. *Los presidentes*. Ed. Grijalbo, P. 21-22.

Ganaba elecciones “con fraude o sin el” sistemáticamente. Los partidos de oposición no podían ni eran capaces de ganarle los comicios y por lo tanto se veían condenados a competir en gran desventaja en todo momento y en todos los niveles de la contienda.²³⁶

Mantuvo el poder por más de medio siglo debido a las asignaciones de cargos, bien equilibrada; a través de la cuidadosa elección para elegir a los candidatos de los diversos cargos electivos en el país; supervisando de una manera estricta el proceso electoral, y sobre todo la votación; por medio de la presión económica a los distintos funcionarios infieles a los principios del partido.

La eficacia del Partido radicó en ser auténtico espacio de negociación entre sus élites, siendo el momento cumbre la designación del candidato Presidencial, esto gracias a un sistema electoral *ad hoc*.

El objetivo general fue permitir una orientación definitiva de la política nacional hacia la institucionalidad, lo que llevó a procurar pasar de un país de un hombre a Nación de instituciones y de leyes, como afirmó el fundador del Partido Elías Calles.

²³⁶ REVELES VÁSQUEZ, Francisco. *Partido Revolucionario Institucional. Crisis y refundación*. Ed. Gernika, México, 2003.

3.- El PRI: un gobierno a través de la pantalla

Después de más de 70 años, el desmoronamiento del régimen político priista fue un parteaguas; los resultados de las elecciones del 6 de junio de 2000 favorecieron al candidato panista Vicente Fox. Entonces la dictadura perfecta, como la llamó el escritor Mario Vargas Llosa se desvanecía con la figura de un presidente que utilizó el poder de los medios masivos para lograr sus objetivos y crear una figura totalmente distinta a la de los ex presidentes priistas que, aunque parecía distinto en forma, no lo era en fondo.

Los mexicanos hasta el nuevo milenio habían convivido con un partido hegemónico por más de setenta años, el Partido Revolucionario Institucional (PRI). Pero, nada dura para siempre y después de haber vivido una larga historia presidencial de la mano del Partido Revolucionario, se encontraron frente a unas elecciones claras y contundentes. ¡Había llegado la transición! con la llegada de Vicente Fox Quesada postulado por el Partido Acción Nacional (PAN).

Sería una pena que México retornara a ser el monopolio de un partido tan absolutamente corrupto como fue el viejo PRI; sería una pena que México, que hoy es una democracia imperfecta, como lo son todas las latinoamericanas, pero democracia al fin y al cabo, retornara a ser el monopolio de un partido tan corrupto...masoquismo colectivo, si es que es verdad y si es que es el mismo PRI que el pueblo mexicano rechazó en unas elecciones.²³⁷

Seis años después Vicente Fox le entregaría la batuta a su homólogo Felipe Calderón Hinojosa del mismo partido, poco perduraría la satisfacción de la sociedad con el cambio de partido, pues la llamada Guerra contra el Narcotráfico declarada en ese entonces por Calderón desató un clima de violencia, desapariciones, levantones y censura a la libertad de expresión que no cesarían. La gente expresó su hartazgo, desconfianza y desilusión hacia el mandatario, lo

²³⁷NATANSON, José. Rodríguez, Jacinto. Et. Al. *¿Por qué nos odian tanto?.. Op. Cit. P. 27.*

que se reflejó en los resultados controvertidos de las elecciones de 2012 lideradas por Enrique Peña Nieto.

Poco duró la alternancia, las elecciones de 2012 significaron el regreso contundentemente del Partido Revolucionario Institucional (PRI), lo que progresivamente derivó en la estabilidad económica para los dueños de los medios de comunicación que decidieron estar del lado del presidente en turno.

Previamente los medios de comunicación dieron difusión a un sin fin de spots, se enaltecían las obras y por tanto la imagen del entonces Gobernador del Estado de México, Enrique Peña Nieto, lo que apuntaba a ser el contrincante más fuerte para las elecciones presidenciales.

Después de unos resultados polémicos, los medios y en especial la empresa de comunicaciones Televisa dieron a conocer la “buena” noticia. En efecto el Licenciado Enrique Peña Nieto había ganado por un rango inesperado a Andrés Manuel López Obrador oponente representante del Partido de la Revolución Democrática (PRD) por la candidatura presidencial. El regreso de un PRI “renovado y joven” era un hecho, inmediatamente la imagen del presidente se mediatizo aún más.

La tendencia está marcada por un fuerte presidencialismo y por el uso estratégico que hacen los gobernantes de los medios de comunicación: seducción y compra o sino garrote y persecución. (...) dichos enfrentamientos pasan más por el orden de declaraciones, en producir un espectáculo político, en divertir a los ciudadanos con consignas y afrentas, que a plantear un nuevo modelo de sociedad, democracia y medios. (...) los presidentes han devenido actores mediáticos, *celebrities*, héroes melodramáticos que van ganando la batalla de las apariencias democráticas.²³⁸

La nueva figura del PRI sabría a su regreso como plantear y ejecutar estrategias comunicativas adecuadas para mantener a una sociedad harta por la violencia, la

²³⁸Ibíd. P. 320.

inseguridad, el narcotráfico, mala educación, desempleada, poca estabilidad económica y enajenada del contexto; satisfecha con el retorno del partido.

El PRI sí supo cómo mantener una “sana” relación con los medios de comunicación, incluidos los considerados más críticos. El factor clave el manejo a su antojo y a su conveniencia las concesiones de Radio y Televisión, pero sobre todo, de las pautas publicitarias.²³⁹

Hoy como nunca antes, la sociedad se encuentra asistiendo a una administración que gobierna a través de los medios de comunicación, desde la pantalla, en vivo y en directo. Poco a poco esto se convirtió en un vicio nocivo para la democracia y entonces la credibilidad del sistema político se vio empañado por la falsedad.

Ejemplo de ello, se documenta en un reportaje de la revista Proceso, donde señalan que durante 2014 la administración de Peña Nieto gastó mil 908 millones de pesos en publicidad, casi cuatro veces más de lo desembolsado en 2013 por la misma. “Durante los diez primeros meses de 2014 tan sólo a Televisa le fueron entregados 144.2 millones de pesos y a Televisión Azteca 83.4 millones de pesos.”²⁴⁰ Además expresan que el gobierno del presidente subsidia a medios de comunicación que le ofrecen una cobertura favorable.

Al parecer las estrategias de marketing y comunicación no se encuentran prosperando como Enrique Peña Nieto quisiera, pues los mexicanos expresaron en una encuesta elaborada por el periódico El Universal que el 41% desaprueba el trabajo del jefe del poder Ejecutivo, reportando el nivel más bajo a dos años de iniciar su administración. “Más de la mitad de la población (54%) considera que el gobierno de EPN está en su peor momento y el 52% opina que el país va por muy mal camino. Casi la mitad de los encuestados opina que México está peor desde que Nieto llegó a la Presidencia”.²⁴¹

²³⁹Ibíd. P. 28.

²⁴⁰S/A. *Gobierno de Peña cuadruplico gasto en medios en 2014; privilegia a Televisa y TV Azteca*. Proceso. Disponible en (www.proceso.com.mx) Consultado [http://bit.ly/1zQWUx5] 14-6-15 a las 19.00 p.m.

²⁴¹S/A. *Desaprueba 54% de mexicanos a EPN: sondeo*. Siete24. Disponible en (www.siete24.mx) Consultado [http://bit.ly/1TmzAEg] 14-6-15 a las 19.34 p.m.

De nada le valió meses atrás haber regalado diez millones de televisores a los mexicanos como pretexto del apagón analógico, casualmente en tiempos de elecciones. Con una población sumida en la pobreza, que más da si no hay ofertas laborales, educación y alimento, Enrique Peña Nieto se preocupa porque los televidentes no se queden sin ver las telenovelas o el noticiero de uno de los comunicadores más influyentes en la nación, Joaquín López Dóriga.

A lo que la periodista Sonia Corona del medio El País, comenta en su artículo “*El gobierno mexicano regala en año de elecciones diez millones de televisores*” disponible en [<http://bit.ly/1ySPX2k>], comenta; las sonrisas son inevitables cuando la gente sale con una caja rectangular bajo el brazo de los centro que el Gobierno ha designado para la entrega de los nuevos televisores. “Voy a ver las telenovelas y las películas”, exclama con alegría un señor en un telediario.

La máxima figura no sólo para el país sino para el Partido Revolucionario Institucional (PRI) no es mejor o peor que antes, como lo mencionan los autores Gabriel Almond y Sidney Verba, está llevando al pueblo a la miseria, representa un monopolio de autoridades del Gobierno, a través de la República, no es un partido construido por los mexicanos, sino por los industriales, los hombres de negocio, los ricos, directores de sindicatos y organizaciones obreras.

En México el protagonismo de los medios es reciente, su fama se remonta a finales de los ochentas, cuando por primera vez el PRI se desvanece en el Congreso. Antes de ello no habría posibilidad de tal situación, la oposición era prácticamente inexistente en el sistema político mexicano.

En el país los medios, según Francisco Abundis, cumplen dos papeles: diseminadores de información, como pieza clave de la democracia, y movilizan a la opinión pública. En la República, asevera, la televisión logra cubrir y poner en acción a la población de manera masiva. De manera que los medios cuentan con la inteligencia para difundir información que les permita incidir de manera directa

sobre la población, formando corrientes de juicios y estableciendo agenda entorno a los problemas que “deben” considerarse importantes para los mexicanos.

La confianza en los medios de comunicación depende de muchos factores, por lo que calificarlos considerando únicamente la información aquí presentada sería irresponsable. Los datos señalan que la confianza en los medios está asociada con el tiempo que la gente está expuesta a ellos.²⁴²

Consecuentemente los medios se transfiguran en actores políticos, dice el autor del texto *Los medios de comunicación en México*, difundido por Parametría; los medios son un elemento que lleva naturalmente a la pérdida de aquel papel casi imparcial del periodista como quien se orienta a la búsqueda de la verdad, develando los lugares más oscuros del poder. Así los medios no están cumpliendo con la democracia, y mucho menos brindan marcos interpretativos para que los ciudadanos puedan tomar posición frente a los fenómenos políticos y la realidad social.

Entonces el ciudadano pasa a ser una especie de espectador. Aunque existen miles de personas que ya no confían en las informaciones transmitidas por los grandes medios masivos, aún hay quienes no tienen otras alternativas para informarse y entonces los criterios que forman son con base en los datos “oficiales” que se dan a conocer por radio o televisión.

No molestar, pueblo conforme. El ciudadano asiste como espectador a la “democracia del que más ofrezca” deviene consumidor de todo aquel que le prometa que “no lo va a molestar” y que además “le va a dar algo”; elige un sujeto/político que haga cargo de su bienestar, lo deje tranquilo y le ayude a sobrevivir a través de ideas fáciles y simples.²⁴³

En el texto “¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina”, se indica que en la actualidad se gestan sólo gobiernos de

²⁴²ABUNDIS, Francisco. *Los medios de comunicación en México*. Parametría.

²⁴³MARTÍN BARBERO, Jesús. CHICO DE GOIS, Francisca. Et. Al. *Los tele-presidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia*. P. 56.

simulación y ante la debilidad de los actores políticos, el presidente y su gobierno, éstos sólo viven para actuar en los medios, sus propios medios, haciendo siempre noticia, proporcionando entretenimiento a la población, pero cuando los medios no se prestan al juego, entonces se les insulta y se manipula con licencias.

Los mandatarios latinoamericanos se encuentran tan preocupados por hacer democracia “a su manera personal”, y es que *la política se ha convertido en una arena mediática, así se presencia una democracia de presidentes/celebrities que saben estar cerca de los sentimientos y expectativas populares, como se menciona en Los tele-presidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia.*

El entretenimiento está a la orden del día, la gente nunca se aburre de la política, cada fracaso va acompañada de una ilusión, de un gran melodrama y por supuesto de una alta dosis de imaginación que los lleva a creer de nuevo en que todo está bien.

Así, la política latinoamericana ha sido una eterna telenovela de ilusiones y fracasos. La política es, entonces, un asunto de personas, individuos, imágenes y actuaciones. La propuesta política es brindar confianza y fe en una identidad individual, no a un partido, un programa, una ideología. Se produce espectáculo, televisión y melodrama.²⁴⁴

No hay que mirar a otros países latinos para saber que en México, hoy más que nunca se está llevando una política gubernamental a través de los medios, donde al político se le aplaude más no se le interroga. Así los mandatarios fungen como presentadores de televisión, producen una democracia emocional para receptores emocionales.

En el país, el Partido Acción Nacional (PAN) y el Partido Revolucionario Institucional (PRI), éstos por ser los únicos dos al estar al mando del poder Ejecutivo, han empleado conceptos como Patria y símbolos nacionalistas para originar un sentido de pertenencia; también han creado un estilo popular, tanto en

²⁴⁴Ibíd. P. 5-6.

su forma de vestir, lenguaje y encuentros políticos, un gobierno en “contacto con la gente, cara a cara” para demostrar la cercanía, vendiendo un mensaje en pro de la sociedad, que auxilia a los pobres y sugiere empleos, elementos utilizados con la finalidad de legitimarse. *Todo se hace en nombre de los pobres, hasta cuando se beneficia a los ricos.*²⁴⁵

En el libro citado se dice que no basta con ser presidente, sino hay que parecerlo y para ello hay que tener estrategias efectivas y efectistas de seducción pública. También se debe gobernar para un espectador o televidente más que para un ciudadano, donde gobernar es un efecto de la imaginación más que un proyecto efectivo de nación; gobernar es promover un héroe que proteja de todos los males, donde las propuestas sean simplistas.

La política termina teniendo legitimidad en una entelequia llamada “el pueblo” y no en los valores de la modernidad, el humanismo y la democracia prometida (...) Del pueblo se retoman sus formas: sus estéticas, sus gustos, sus tradiciones clientelistas y su fe religiosa en un Estado/gobernante asistencialista (...) la política actual se reinventa, entonces, fusionando el pueblo y sus tradiciones sentimentales y lealtades primarias, con estrategias del marketing...²⁴⁶

En 2012 el periodista Jenaro Villamil escribió en la revista *Proceso* las herramientas que se encontraba utilizando en ese entonces el candidato a presidente Enrique Peña Nieto. Dio cuenta del proyecto que el entonces gobernador del Estado de México tejía de la mano de la empresa más importante de medios de comunicación en México, Televisa.

Supervisado directamente por Pedro Torres y por Alejandro Quintero, a través de su representante Montserrat Barrios, el *Proyecto Jorge* fue de alta confidencialidad. Para Televisa constituyó el secreto mejor guardado porque en él están las huellas de toda su intervención a favor de Peña Nieto en la campaña de 2012 (...) En el proyecto también trabajó la publicista Ana María

²⁴⁵ MARTÍN BARBERO, Jesús. CHICO DE GOIS, Francisca. Et. Al. *Los tele-presidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia*.

²⁴⁶ *Ibíd.* P. 50

Olabuenaga, así como la responsable del manejo de redes sociales de Peña Nieto, Alejandra Lagunes, exdirectiva de Google México y de Grupo Televisa.²⁴⁷

Tan polémica fue la llegada del ahora presidente que el director mexicano de cine Luis Estrada, realizó una película titulada *La dictadura Perfecta* donde hace un crítica al gobierno desde el cine, como lo menciona en una entrevista con la periodista Carmen Aristegui. Él asevera al mismo tiempo que pregunta: la televisión ya puso un presidente... ¿lo volverá hacer?; cuestionamiento que también forma parte de la premisa básica de la trama.

Escribí el guión, desde finales de 2011, me acerque a Televisa, les presenté el guión y para mi sorpresa me dijeron que estaban interesados en participar en la película (...) negociamos un acuerdo de distribución para México y Estados Unidos (...) Como parte del contrato tenía que enseñarles la película en su etapa final, se las mostré y al día siguiente me dijeron que ya no estaban interesados en distribuir la película...²⁴⁸

La comunicación aparece como una herramienta fundamental para la transformación de la política, guiándose por una agenda en los que se encuentran en juego cinco personajes: el ciudadano, lo mediático, los movimientos sociales, políticos y empresarios.

Escribe Martin Barbero y Jesús Chico de Gois en el libro *Los telepresidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia*; la comunicación es política porque es una estrategia fundamental para ubicar escenarios de información y de toma de decisiones; para el juego de poder en la construcción de las agendas públicas; para la creación de marcos interpretativos; para proveer a la sociedad de representaciones sociales.

La pregunta básica es ¿qué espera la gente la política?

²⁴⁷VILLAMIL, Jenaro. *Proyecto Jorge: el plan Televisa-Peña Nieto para alcanzar la presidencia*. Proceso. 8-9-12. Disponible en (www.proceso.com.mx) Consultado [<http://bit.ly/1KRhUwW>] el 14-6-15 a las 13:45 p.m.

²⁴⁸Condado, Arturo. *La "Dictadura Perfecta", una crítica al gobierno que llega desde el cine*. Disponible (www.mexico.cnn.com) Consultado [<http://bit.ly/1tuPwps>] el 14-6-15 a las 14:32 p.m.

4.- El México de hoy, una aproximación para comprender la actitud del mexicano

El ambiente en la República Mexicana no se puede englobar en una o unas palabras, en pleno 2015 las crisis no dejan de afectar a la población, en veinte años la pobreza no ha disminuido, la economía es inestable, el dólar en aumento, la moneda nacional en problemas, desigualdad social, el establecimiento de políticas públicas que nada tienen que ver con lo público y mucho menos con la sociedad.

Movimientos sociales, alza en la canasta básica, aumento de gasolina, injusticia, leyes aprobadas en minutos por diputados y senadores que sólo benefician a las élites o medios de comunicación, violencia, levantones, crisis de Derechos Humanos, asesinatos de estudiantes a manos de instituciones gubernamentales, pobreza, descontento, inseguridad, narcotráfico, falta de oportunidades para los cientos de miles de jóvenes que egresan de las universidades, nulo apoyo para el campo, niños que tienen que dejar de las aulas para trabajar y tener alimento, indígenas segregados, discriminación, corrupción, impunidad.

...el viejo México subsisten la ignorancia bestial de la oligarquía dominante; el conservadurismo; la apatía política; la resignación de muy amplios sectores sociales, principalmente en las clases medias pobres, pero incluso entre los explotados; la desinformación masiva de quienes “se informan”, recurriendo sólo a la televisión. Esa costra espesa de mugre acumulada en las conciencias de millones por los continuos desastres, derrotas, invasiones, traiciones, matanzas, miseria, incultura y engaño permanente que caracterizan la trágica historia mexicana, empieza, sin embargo, a resquebrajarse.²⁴⁹

Reformas en materia de telecomunicación y radiodifusión, en materia de competencia económica, financiera, hacendaria, laboral, energética, educativa, político-electoral y en materia de transparencia; nuevos códigos nacionales de

²⁴⁹ALMEYRA, Guillermo. *México: lo viejo y lo nuevo*. La jornada. Publicado el 28-12-14. P.16.

procedimientos penales y amparos son algunos de los factores que coexisten con la población mexicana.

Treinta y dos años de políticas neoliberales; tres fraudes electorales en 1988, 2006 y 2012; el Tratado de Libre Comercio de 1994, y el Pacto por México preceden la reforma energética con que culmina la obra por la que México pierde independencia, soberanía y libertad (...) la subordinación al capital transnacional, así como a organismos como el FMI, la OMC, el BM, la OCDE, GATT y otros propiciaron simultáneamente el debilitamiento de los poderes Judicial y Legislativo, sometidos al Ejecutivo, a un presidencialismo que raya en la dictadura.²⁵⁰

México es un país multicultural donde convergen una gran cantidad de etnias e ideologías. Según el censo de población de 2010 (INEGI) el país cuenta con 112 millones 337 mil 538 habitantes. A pesar de que cada mexicano posee características e interpretaciones distintas, que dependen del área geográfica a la que pertenecen, su cosmovisión, educación y tradiciones, comparten problemáticas y retos.

A pesar de la serie de elementos negativos, la actitud que muestra gran parte de la sociedad es de desinterés, resignación e incluso apatía en los asuntos políticos de México. De acuerdo a cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)²⁵¹ en 2012, apenas el 18% de la población se encontraba interesada en este tipo de temas.

La desinformación que existe en las personas y el poco conocimiento de asuntos de interés público como se alude anteriormente, traen como consecuencia una pobre participación en la toma de decisiones, por lo que terminan siendo sólo algunos lo que deciden por todos.

²⁵⁰S/A. *Balance de la ANAD de 32 años de neoliberalismo*. La jornada. 30.12.13. p. 2.

²⁵¹S/A, *Desinterés por la política*, [www.eluniversalmas.com...] Consultado el 19/4/15 a las 16:40, Disponible en: (<http://bit.ly/1POnYUc>)

En diciembre del 2012 la empresa Parametría dio a conocer los resultados que arrojaron encuestas realizadas por la empresa, donde se revela que 7 de cada 10 mexicanos desconocen los tres Poderes de la Unión; sólo el 33% los mencionó como Ejecutivo, Legislativo y Judicial. Por otra parte 92% de los entrevistados desconocieron el número de diputados existentes, mientras que el 8% restante, sólo el 2% contestó correctamente a la cifra de 500 representantes.²⁵²

A pesar de que la mayoría de las personas en México (59% ,según la encuesta de *Pew Research Center*. realizada en 2014)²⁵³ se siente descontenta con la forma de trabajar de los sistemas políticos y rechazan las medidas tomadas por el gobierno, tienen una actitud pasiva y respuesta prácticamente nula para cambiar su entorno o situación. La pregunta importante es: ¿Por qué?

Aún con la existencia de abusos de poder, tragedias, matanzas, injusticias, fraudes, devaluaciones, medidas presupuestales desproporcionadas, entre otras arbitrariedades, el mexicano muestra ser un personaje fuerte, capaz de resistir eso y más, no se le ve dispuesto a hacer algo para cambiar su entorno local y mucho menos el nacional.

Con un contexto difícil como el que se menciona, surge la duda de cómo movimientos espontáneos que nacen con mucha fuerza y apoyo de la sociedad se disuelven de un momento a otro, donde las autoridades apuestan al olvido y la resignación de la gente y por más indignación o molestia que se sienta, el individuo termina por desistir en sus propósitos. Ejemplo de lo anterior es: el movimiento estudiantil del 1968 y 1971, el del fraude electoral de 1988 y más recientemente los grupos #YoSoy132 y #Ayotzinapa.

La explicación a esta forma de ser del mexicano se puede encontrar si se remite a las bases de la sociedad, es decir, a las raíces del país. Para ello será necesario

²⁵² S/A, *México desinformado*, [www.parametria.com.mx] Consultado el 19/4/15 a las 17:20, Disponible en: (<http://bit.ly/1bhES2v>)

²⁵³ S/A, *Discontent with Politics Common in Many Emerging and Developing Nations*, [www.pewglobal.org] Consultado el 19/4/15 a las 18:39, Disponible en: (<http://pewrsr.ch/19dL1LS>)

recordar la época de la conquista española, que marcó un antes y un después para la cultura mexicana que se transformó en lo que es actualmente.

El autor Samuel Ramos en su libro, *El perfil del hombre y la cultura en México*, explica que la cultura del México contemporáneo es una derivación de la cultura Azteca y Española. Por otra parte asegura que aunque hubo un mestizaje fue solamente en el ámbito racial, no así en la cultura, ya que las creencias y tradiciones indígenas fueron destruidas por los colonizadores quienes impusieron un nuevo modo de vida.

Para Ramos el desarrollo de la cultura en América Latina siguió 2 pasos: la transplatación y la asimilación. La primera consistía en la imposición de la cultura del país dominador, mientras que la segunda era la apropiación de los dominados de dichas costumbres y valores. En el caso específico de México los principales componentes utilizados para el proceso de trasplatación fueron el idioma y la religión.²⁵⁴

Según la obra de Samuel Ramos la forma de ser del mexicano se define por el proceso histórico que ha vivido y que al haber sido conquistado por España repercutió en un sentimiento de inferioridad, causado por la destrucción de su cultura, su esclavización, su sometimiento y sus numerosos fracasos ante el intento de cambiar su situación.

Así mismo, el escritor sostiene que aunque México consiguió su independencia para el siglo XIX, en el país se alimentó igual que desde sus inicios, en la cultura europea, tanto así que la minoritaria población más ilustrada encontraba en ella lo que él llamaría *una fuga espiritual de su propia tierra*. Esta actitud de preferir lo extranjero sobre lo propio es el origen de lo que él denomina *autodenigración mexicana*.²⁵⁵

²⁵⁴ RAMOS, Samuel, *El perfil del hombre y la cultura en México*, Ed. Planeta Mexicana, México, 2001, P.29

²⁵⁵ *Ibíd.* P. 20-21.

Debido a lo anterior en el país se comenzó a imitar todo lo que se hacía en Europa, sin darse cuenta que cada nación tiene sus propias características y necesidades, esto además significó un golpe contra la originalidad y creatividad de la población que invariablemente terminó en un fracaso más.

Siempre se le ha tenido miedo a una sociedad pensante, a la organización y a la reflexión, motivo por el cual se ha intentado tener bajo control al pueblo. Una manera de lograrlo es alcanzar la desconfianza en él. “Desde su origen la organización colonial tendía a deprimir el espíritu de la nueva raza”²⁵⁶, afirma Ramos, misma que hasta la fecha sigue deprimida, sobajada y sin ningún ánimo de reacción.

Otra explicación al comportamiento de la sociedad mexicana es que tras la irrupción de los soldados españoles, éstos explotaron a sus dominados a fin de aprovechar sus nuevas posesiones.

La riqueza era vista desde los trabajadores como un privilegio único de los conquistadores y que por mucho que laborarán jamás llegarían a obtener. La riqueza era a ojos de los mexicanos una herramienta que otorgaba a su poseedor el poder para explotar a las clases bajas.

Eran muy pocos los que tenían la libertad de realizar estudios, las profesiones prácticamente se reducían a licenciados o curas. Por lo que según Ramos el resto de la población laboralmente inactiva se hizo perezosa gracias a su resignación a la pobreza, ya que su única esperanza para evitarla era con un milagro: ganar la lotería.

Por otra parte el mismo Samuel Ramos afirma que este sentimiento de inferioridad se dio cuando “al nacer México, se encontró en el mundo civilizado en la misma relación del niño frente a sus mayores”, situación que hacía sentir a los connacionales en una clara situación de desventaja ante los demás.

²⁵⁶ Ibíd. P.35.

Todos los hechos relatados en párrafos anteriores dan cuenta de esta actitud, comportamiento o forma de ser de la sociedad mexicana, pero ¿Qué tipo de conductas produce este sentimiento de inferioridad? Samuel Ramos dice: “Las reacciones del carácter frente al sentimiento de inferioridad conducen todas al individualismo y lesionan en mayor o menor grado a los sentimientos hacia la comunidad”.

En conclusión el filósofo encuentra al mexicano como una persona débil de espíritu de cooperación y la disciplina a la colectividad, donde su vida tiende a la dispersión y la anarquía con menoscabo de la solidaridad social. Esto se puede ver claramente en el actuar diario, cuando se involucra lo menos que puede y no se interesa en asuntos que le sean ajenos o simplemente no le perjudiquen.

Por último manifiesta que el sentimiento de inferioridad también es causante de su ambición de poder y su corrupción una vez que lo consigue:

En donde hay un sentimiento de inferioridad surge la ambición desmedida del poder, que quiere decir la primacía en un mundo en que todas las cosas son vistas bajo la óptica de lo superior o inferior; la discordia aparece con su corolario de actividades negativas: el rencor, el odio, el resentimiento, la venganza.²⁵⁷

Sin duda el mexicano es un ser muy complejo, tratar de encontrar una palabra para designar lo que significa no abarcaría su totalidad, su forma de ser no se reduce a un hecho o un acontecimiento en particular, sino al proceso histórico-cultural por el que ha pasado, lo que lo ha llevado a determinar la forma en que observa los hechos y cómo los resuelve.

También hay que tomar en cuenta las condiciones de desventaja en las que se encuentra el país con respecto al resto del mundo, esto lo lleva a una situación poco favorable, que permea en una crisis económica, social y gubernamental que

²⁵⁷Ibíd. P.113.

sumerge a la población en el desequilibrio, causando un sentimiento de impotencia ante su entorno.

Sin embargo, en una sociedad donde poco se sabe de historia, los *poderes facticos* suelen aprovecharse de ello, siendo un factor de enajenación junto con la clase política, los cuales crean y moldean estrategias comunicativas para que los mexicanos se entretengan y no miren a su alrededor, basándose en una lógica, ya existente, individualista.

Capítulo VI

Un gobierno construido sobre los medios de comunicación

1.- La creación de un gobierno mediatizado

Después de las elecciones del 2 de julio de 2000 los mexicanos pensaron que el nuevo siglo XXI había traído consigo la democracia, una transformación del viejo sistema político, aniquilando al régimen que duró más de 70 años en el país para dar paso a un inédito modelo de apertura y participación social.

A la par en América Latina se presenció un marcado “giro a la derecha”, el Estado paulatinamente se encontró ahorcado por las crisis económicas y mercantilistas derivadas del iniciante capitalismo, el resultado fue la mediatización:

Vacíos políticos ocupados por los medios, presidentes ultra-mediáticos y anti-mediáticos, leyes que apuntan a desregular el mercado y que en algunos casos se acercan peligrosamente a la regulación de contenidos.²⁵⁸

Antes del naciente siglo, los años cincuenta constituyeron un hito en la relación que posteriormente se forjaría entre Estado y medios de comunicación, dicho binomio asumió actitudes que aún suenan fuerte. Hasta la fecha el gobierno mexicano en turno trata de hacer lo posible por favorecer a los medios preponderantes aprobando leyes en menos de cinco minutos, sin ningún tipo de oposición.

Las repercusiones que han tenido las acciones por parte de un Estado benefactor, han implicado una mala fama para los medios que parece no importarles, cobijados por la clase política, la sociedad es una pieza que sólo se encuentra para recibir información oficial.

El periodista Jacinto Rodríguez Munguía asevera que la correlación entre medios y Estado en México alcanzan otros efectos y consecuencias cuando se revisa el

²⁵⁸Ibíd. P. 20.

vínculo entre ambos. Pues la democracia que puede obtener un país también depende inevitablemente de que tanta independencia tengan los medios con los mandatarios, ya que este efecto permea de manera significativa en la comunicación que emitan los concesionarios hacia la sociedad.

De acuerdo con estadísticas presentadas en 2009 por la empresa *Latinobarómetro* los medios de comunicación se localizan al frente de los rankings de confianza como los mejor posicionados, superando a la iglesia, gobierno, policía o sindicatos.

La batalla entre el Estado y los medios ha asumido, en algunos casos, forma legal a través de la propuesta o sanción de leyes tendientes a regular la actividad mediática (...) En general, la reacción ante estas iniciativas adquiere la forma de un reflejo corporativo que asume como un atentado a la libertad de expresión cualquier intento por regular las telecomunicación o la prensa.²⁵⁹

Un sin fin de figuras por el Poder Ejecutivo han estado al frente, cada uno con objetivos y estrategias diferentes para alcanzar sus metas, el partido político al que pertenecen puede cambiar de nombre o ideales, pero la empresa de comunicaciones jamás se harán a un lado. Los magnates de los grandes consorcios comunicativos al darse cuenta del poder e influencia que tienen en el sistema político y por ende en la sociedad, crearon alianzas con personajes de la vida política, económica, empresarial y banquera para no perder su preponderancia y mando.

Lo anterior se ha visto reflejado con mayor fuerza en los últimos años. Personajes clave forman parte de la Cámara de diputados, de los cargos principales en organismos relacionados en materia de telecomunicaciones, todo con la finalidad de obtener mayores beneficios por parte de los dueños de los corporativos.

Hay suficientes referencias que demuestran que si alguien no ha perdido en este proceso de transición y en los cambios de un partido en el poder a otro, son los empresarios de los medios de comunicación, las grandes cadenas de

²⁵⁹Ibíd. P.19.

televisión, los grupos que detentan el grueso de las concesiones de radio-televisión y varios de los grandes medios impresos.²⁶⁰

1950 fue importante “para los dueños de los medios de comunicación en el país, aunque ya existía la radio como un elemento cotidiano de información, entretenimiento y cultura, donde por primera vez se incluyó publicidad en la programación y sería en 1934 con la XEW fundada por Emilio Azcárraga Vidaurreta, que comenzó con la dinastía Azcárraga, iniciando la etapa del radio espectáculo en México; de acuerdo con el artículo *Historia de la radio en México* publicado en la página [<http://bit.ly/1G8IVFN>].

La televisión trae consigo un sin fin de significados y una nueva etapa en los medios de comunicación de la nación. El investigador Miguel Alejandro López Olvera escribe en el artículo *Las concesiones en materia de telecomunicaciones*²⁶¹ en México que en dicha materia hay distintas modalidades de servicios, y dichos servicios requieren, para poder ser prestados, ya sea a empresas privadas o estatales, de una concesión, un permiso, asignación o una prórroga por parte del Estado.

Se entiende por concesión, los actos administrativos otorgados por el Poder Ejecutivo Federal, a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en los que intervienen organismos como: la Unidad de Asuntos Jurídicos, la Dirección General de Política de Telecomunicaciones y de Radiodifusión, la Comisión Federal de Telecomunicaciones y el propio secretario de Comunicaciones y Transportes, además de la Secretaría de Gobernación y la Comisión Federal de Competencia.

En México, los primeros pasos en materia de telecomunicaciones se dieron a mediados del siglo XIX, cuando el Presidente de la República, José Joaquín Herrera, otorgó la primera concesión el 10 de mayo de 1849, a Juan de la

²⁶⁰ NATANSON, José, Rodríguez Jacinto Et. Al. *¿Por qué nos odian tanto?...* Op. Cit. P.29-30.

²⁶¹ Carmen Chinchilla Marín menciona que el concepto “telecomunicaciones” es muy amplio, ya que comprende “toda transmisión, emisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza por hilo, radioelectricidad, medios ópticos u otros sistemas electromagnéticos”

Granja, para instalar en dos años una línea de cuarenta leguas entre México y Veracruz²⁶²

López Olvera asevera que en la República las telecomunicaciones son consideradas como un servicio público, en virtud de que están destinadas a la satisfacción de una necesidad de carácter general y se trata de una labor importante para el Estado y para los usuarios, y dicha actividad se encuentra asignada, originalmente, a la administración pública federal.

Al inicio como ya se hizo referencia en una cita, las concesiones eran meramente de carácter informativo, con el pasar del tiempo, muchos países entre ellos México, decidieron emprender procesos de privatización con la intención de cautivar inversionistas locales y extranjeros al sector de las telecomunicaciones, lo que derivó en el otorgamiento de concesiones, la mayoría, a empresarios que ya se encontraban inmersos en el negocio.

Estipuladas las concesiones y con un avance tecnológico sólido, los medios de comunicación, posteriormente, fueron un componente vital en los acontecimientos de 1968. Ésta etapa marcó la historia de México, social, política, económicamente y también tuvo repercusiones en los medios, pues el movimiento estudiantil rompió las ventanas de una República y un gobierno asfixiante.

Mientras los magnates de las comunicaciones “sobrevivieron y aprendieron que no bastaba mantener una conveniente relación con el poder político y con toda la estructura del poder. Que no era suficiente estar de lado del Presidente o del secretario de gobernación en turno, aprendieron que poseer un poder económico a través de sus medios de comunicación no es suficiente y que para mantener el poder económico era necesario instalarse en el poder político”; exponen José Natanson y Jacinto Rodríguez en la obra citada a lo largo del trabajo.

²⁶²SILVA GUERRERO, Lucila. *Marco jurídico de las telecomunicaciones en México*, en López Olvera, Miguel Alejandro. *Las concesiones en materia de telecomunicaciones en México*. México, UNAM.

Los permisos otorgados por el gobierno de esos años fueron determinantes para explicar el dominio que hasta hoy tienen las televisoras, y es que aunque medios como la radio, los periódicos y el Internet tengan un rol valioso tanto para políticos, empresarios y por supuesto para la sociedad, la televisión en la República por ser un medio que cuenta con una señal amplia y está presente en el “97% de las viviendas donde por lo menos hay un televisor y el 15.3% posee de 3 a 5 televisores por hogar”²⁶³, suele ser un negocio redondo para los empresarios y una herramienta poderosa e influyente para los políticos y propietarios de medios.

El poder de los medios es tan importante que, en todo el mundo, se considera que quienes manejan empresas de comunicación tienen responsabilidades adicionales a las de cualquier negocio. Difundir mensajes de manera amplia y en una sociedad de masas no es asunto menor, pero en un contexto como el mexicano en donde carecemos de regulaciones eficaces para los monopolios y en donde los consorcios de comunicación han mantenido atemorizado al gobierno...²⁶⁴

²⁶³ S/A. *63% de los hogares en México no cuenta con televisión de paga: Mitofsky*. 3.12.13. Consultado (www.etcetera.com.mx) Disponible en [<http://bit.ly/1eiRIVa>] 15.6.15 a las 19:21 p.m.

²⁶⁴ S/A. *Alianza de las televisoras, peligro para México*. Disponible en (<http://mediocracia.wordpress.com>) Consultado [<http://bit.ly/1GIQh9m>] 15.6.15 a las 19:47 p.m.

2.- El decretazo

El Partido Revolucionario Institucional (PRI) había hecho su parte durante su administración. En 2000 con la llegada del presidente conservador Vicente Fox (Partido Acción Nacional) nadie pudo quedarse atrás, los dueños de las grandes empresas comunicativas decidieron aliarse con él y no perder, al contrario ganar más de lo que hasta el momento habían obtenido. El nexo gobierno-medios no se detuvo.

Muchos periodistas, escritores y políticos escribieron análisis, crónicas y columnas acerca de lo que se preparaba dentro del poder Ejecutivo con relación a los medios de comunicación. Parecía que Fox llegaba para quitar la figura de soldado del gobierno a los concesionarios de los medios, para otorgarle al propio gobierno (ahora) ser el soldado de los medios de comunicación.

A dos años de asumir el poder, y tras romper con más de 70 años de dominio del Partido Revolucionario Institucional (PRI), Fox ha dado continuidad a la tirante relación medios-gobierno, ante la incapacidad de su administración se vio en la necesidad de establecer un pacto con la radio y la televisión en México.²⁶⁵

Habían resurgido los medios, aunque nunca dejaron de estar en el terreno del juego, el presidente se respaldaba en ellos para legitimar sus acciones y por ende su gobierno debilitado por la falta de hechos.

Una de las características del sistema político mexicano es su difícil relación con los medios, caracterizada por ser a la vez tan lejana como cercana. Por un lado, cada gobierno de turno busca limitar la crítica a sus acciones, pero, a la vez, busca influir en la opinión pública, con el objetivo de utilizar a los medios como un instrumento efectivo para, en el mejor de los casos, “trascender”, o en su defecto asegurar la siguiente elección a su favor; manifiesta Juliana Fregoso en el texto México:

²⁶⁵ S/A. *Alianza de las televisoras, peligro para México*. Disponible en (<http://mediocracia.wordpress.com>) Consultado [<http://bit.ly/1GIQh9m>] 15.6.15 a las 19:47 p.m.

controversia entre los medios de comunicación y el gobierno, publicado en la página del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.

A medida que avanzaban la administración panista, los magnates de la comunicación en México realizaron operaciones silenciosas y fueron sembrando hombres clave en las estructuras del poder político, específicamente en las áreas donde se llevan a cabo las tomas de decisiones, es decir donde se otorgan las concesiones de radio, televisión y las nuevas tecnologías de la comunicación.

...los empresarios de los principales medios electrónicos (Radio y Televisión), no solamente cuentan con funcionarios afines en espacios clave como la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), dependencia que se encarga de evaluar y definir la distribución de concesiones de radio y televisión, sino además, han logrado instalar una red de representantes en las cámaras de legisladores: Cámara de Diputados y la de Senadores.²⁶⁶

Otro ejemplo claro de la “virtud” por los negocios que tienes los accionistas de las dos grandes televisoras imperantes en México (Televisa y TV Azteca), se vio a través del Partido Verde Ecologista (PVEM), pues en dicho organismo político se encuentran sus propios representantes. Entre los candidatos que impulsaron de manera subrepticia hacia la Cámara de Diputados estaba Ninfa Salinas, hija del empresario Ricardo Salinas Pliego; a Miguel Orozco Gómez, director jurídico de la Cámara Nacional de la Radio y Televisión (CIRT).

La cereza en el pastel vendría en seguida, el 10 de octubre de 2002, bajo la protección del llamado se concretó un componente más en el vínculo medios-gobierno. Por decreto el *Gobierno del Cambio* eliminó el 12.5% de tiempo oficial de transmisión al que tenían derecho el Estado desde 1969 como parte de una reacción iracunda por parte de Díaz Ordaz.

²⁶⁶NATANSON, José, Rodríguez Jacinto Et. Al. *¿Por qué nos odian tanto?...* Op. Cit. P. 30.

El 10 de octubre se hizo público, Fox había determinado reducir el tiempo del que podía disponer el Estado en las estaciones concesionadas décadas atrás por el mismo gobierno. A la par se expedía el nuevo reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión.

Entonces ese 10 de octubre el llamado “tiempo fiscal” de ser 12.5% equivalente a 180 minutos, quedo mínimamente reducido a 18 minutos diarios en las televisoras y en la radio a 35 minutos diarios; en ese instante el país perdía un 90% de su derecho a usar la televisión como herramienta de difusión. Además de beneficiar a las televisoras, reducir el tiempo del Estado, se dejaba de lado a las instituciones del propio Estado, como el IFE (ahora Instituto Nacional Electoral INE), partidos políticos, el poder Judicial y el Congreso, gobiernos estatales y municipales, universidades públicas, entre otros organismos que debían pagar por tiempo en la televisión, pues el único al que se le asignaría sería al Poder Federal. Más tarde el Congreso de la Unión se dedicaría a modificar dichas disposiciones.

Incluso en aquel tiempo el propio Emilio Azcárraga, cuando Díaz expresó la determinación:

declaró al New York Times que la ley era imposible e inaceptable y que habría negociaciones para cambiarla, comenzó a reunirse en privado con funcionarios de primer nivel y hasta con el presidente para plantear su posición de rechazo. Sus socios, Rómulo O’Farril y Miguel Alemán Velasco, incluso dijeron en una entrevista con el periódico El Día que habían amenazado a las autoridades con que los empresarios se retirarían de la industria si el gobierno no moderaba sus demandas.²⁶⁷

En ese entonces Telesistema Mexicano, ahora Televisa, era la empresa de comunicación de mayor peso del gobierno, sin embargo dicha relación evolucionó a un marco simbiótico de supervivencia mutua.

²⁶⁷ S/A. *Cómo Televisa y TV Azteca presionaron a Fox*. Urgente24.com 18.10.2002. Disponible (www.urgente24.com) Consultado [<http://bit.ly/1BAPM8o>] 16.6.15 a las 12:00 a.m.

Aunque la televisora había colaborado con la administración de ese momento, pareció no haber sido suficiente, un mes después de la masacre estudiantil en Tlatelolco se mostraron signos de desconfianza presidencial, tanto que en un discurso emitido por el secretario de Gobernación, Luis Echeverría, “dio a entender que la televisión comercial no había demostrado suficiente preocupación por los efectos potencialmente adversos de su programación en la juventud mexicana”.²⁶⁸

Según contaría el propio Azcárraga a gente del medio, “el manejo del 68 estuvo muy mal, nosotros empezamos a cubrirlo y nos amenazaron”. La amenaza, como la llamó Azcárraga, se refería al decreto de tiempo oficial en los medios electrónicos que impondría el gobierno federal (...) era una forma de cobrarles la factura por haber permitido, por lo menos en algunas ocasiones, que se escucharan voces discordantes al gobierno.²⁶⁹

Pero, nada dura para siempre y 33 años después el presidente de la alternancia política, Vicente Fox cedió más beneficios a las televisoras, quienes inmediatamente aplaudieron y alabaron el hecho.

...en el noticiario Hechos, de Javier Alatorre, trató de conmover: “La industria de la radio y la televisión paga todos sus impuestos. Como el resto de las empresas del país, cumple con el pago de 2% sobre nómina (...) pero adicionalmente, desde 1968 paga el llamado tiempo fiscal, es decir, entrega al gobierno 12.5% de su tiempo diario. Este impuesto fue un invento del presidente Gustavo Díaz Ordaz, quien lo aplicó como una medida de represión para controlar a los medios y acallar las voces críticas a su gobierno, como un castigo a los medios de comunicación y a la libertad de todos los mexicanos. Hoy, el presidente Vicente Fox corrigió esta barbaridad histórica (...) decidió eliminar este absurdo impuesto; por su parte, los industriales del ramo se comprometieron a seguir contribuyendo con su responsabilidad social”.²⁷⁰

Por su parte los intelectuales se mostraron inconformes con dicha modificación, el presidente nuevamente concedía más autoridad a los medios. La investigadora de la

²⁶⁸ *Ibíd.*

²⁶⁹ *Ibíd.*

²⁷⁰ *Ibíd.*

UNAM Florence Toussaint indicó que la concesión sólo reflejaba quitarle impuestos a la industria que tendrían que haber pagado desde siempre y nunca hicieron.

El 10 de octubre de 2002: Televisa está de fiesta otra vez, porque logró, después de “arduas” negociaciones de su vicepresidente, Bernardo Gómez, que el gobierno accediera a quitar el 12.5%.²⁷¹

La autora Juliana Fregoso asevera en el texto *México: Controversia entre los medios de comunicación y el gobierno*: Fox obtuvo lo que deseaba, una mayor promoción para dar seguimiento y continuidad a un gobierno mediático, en el que los programas sociales y de infraestructura fueron sustituidos por el culto a la imagen. A lo que las dos televisoras más importantes del país, Televisa y TV Azteca, por medio de sus noticiarios estelares, hicieron un inusual alarde de lo que para ellos era una nueva etapa en la correlación gobierno-medios. El conductor protagonista de Televisa, Joaquín López Dóriga, el mismo 10 de octubre, mencionó y saludó la medida como una “decisión de los nuevos tiempos”.

Para todos quedó claro que, de momento, la radio y la televisión no serían un espacio crítico, pues desde el anuncio de la reducción en los tiempos oficiales nació una nueva alianza Fox-medios.²⁷²

El resultado final es que los medios son un buen negocio para los empresarios y gobernantes, sin embargo no funcionan ni para los que ejercen el periodismo, ni para los ciudadanos y mucho menos para la democracia. *Entonces, los medios hacen parte de lo que hay que cambiar en la política, estamos viviendo un difícil divorcio del valor social de la información y una calidad de democracia muy débil.*²⁷³

¿Qué sucede en las estructuras del poder cuando la hegemonía gubernamental se convierte en la hegemonía mediática?... pues simplemente no hay oposición, no hay formación de la opinión pública crítica, y los

²⁷¹ *Ibíd.*

²⁷² FREGOSO, Juliana. *México: Controversia entre los medios de comunicación y el gobierno*. P. 27.

²⁷³ NATANSON, José, Rodríguez Jacinto Et. Al. *¿Por qué nos odian tanto?... Op. Cit.* P. 319.

ciudadanos deben convivir con una democracia monocromática y débil y dócil a los dueños de la propiedad de privilegios.²⁷⁴

²⁷⁴ *Ibíd.* P. 320.

3.- Ley Televisa

Fue “justo cuando el régimen autoritario basado en un partido de Estado- el Partido Revolucionario Institucional (PRI)- y en una presidencia que dominó al resto de los poderes pero sin posibilidad de reelección, se colocó a la derecha y en esa posición echó raíces”.²⁷⁵ Justo en ese momento, durante la administración de Miguel Alemán Valdés fue que la televisión tuvo importantes cambios, gracias a los beneficios del gobierno en turno.

La televisión, que por fuerza es una concesión gubernamental, desde el inicio hasta nuestros días ha sido utilizada para fines meramente comerciales y los concesionarios han sabido agradecerlo, para muestra de esto, la declaración que en su momento Emilio Azcárraga expresó, con la que él se asumió como parte activista del sistema priista y a las órdenes del presidente en turno.

El cambio, no sólo de partido político sino de un sin fin de aspectos en la vida de los mexicanos se consideraba una transformación y un trazo importante para la democracia. Pero “lo más notable fue el debilitamiento de la Presidencia y el fortalecimiento de los partidos, de los gobernadores y de los llamados “poderes fácticos”, es decir, de concentraciones privadas de poder económico”.²⁷⁶

Lo que significó por un momento para la vida política del país como la “alternancia”, al final resultó sólo un espejismo. Entonces nació lo que Javier Esteinou Madrid califica como la *Cuarta República Mediática* caracterizada por el fenómeno histórico de transformación estructural del esqueleto, es decir la introducción de una cuarta fuerza en la estructuración del Estado-nación contemporáneo: *el Poder mediático*. Se conformó una nueva figura histórica activa, ahora el nuevo sistema de gobierno se encontraba integrado por cuatro poderes reales con capacidades de fuerza y eficacia que luchan entre sí para determinar, la regulación y la dirección de la sociedad mexicana.

²⁷⁵ESTEINOU MADRID, Javier. ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. Et. Al. *La “Ley Televisa” y la lucha por el poder en México*. Universidad Autónoma Metropolitana. 2009. P.150.

²⁷⁶Ibíd. P.152.

...el surgimiento de la Cuarta República Mediática en nuestro país, no contó con una fecha precisa de consolidación, no con actos públicos visibles para datar su inauguración, sino que su naturaleza se constituyó gradual, silenciosa y desapercibidamente dentro del tejido de hábitos y redes culturales de nuestra vida cotidiana a lo largo de la segunda mitad del siglo XX y alcanzó un afianzamiento maduro a principios del siglo XXI.²⁷⁷

Con los antecedentes de las Reformas por parte del gobierno, Televisa armó detalladamente el entramado para llevar más agua a su molino. En el sexenio de Fox durante la gira presidencial por Asia, el dueño de la televisora fue invitado junto con Bernardo Gómez; en este viaje se negoció la no apertura para una tercera cadena televisiva.

No conforme con lo ocurrido, el 1 de diciembre de 2005 fue un día especial para la empresa, pues el proyecto de reformas a la Ley de Radio y TV y a la Ley de Telecomunicaciones tuvo como eje medular el objetivo de que los actuales dueños de las televisoras se convirtieran en operadores de redes públicas de telecomunicaciones, explica el doctor Hugo Sánchez Gudiño.

Diciembre de 2005 a abril de 2006, representó un periodo histórico, fue cuando prácticamente dos poderes de la Unión (el Legislativo y Ejecutivo) cayeron postrados a los intereses de los ejecutivos de Televisa y de TV Azteca para sacar adelante reformas que, en esencia, significaban una “captura del Estado” y un secuestro del futuro de la convergencia tecnológica en manos de los monopolios de medios electrónicos y telecomunicaciones, opina el periodista Jenaro Villamil en el capítulo *La Ley Televisa, crónica de una imposición*.

Para Televisa se trataba de garantizar transexenalmente el dominio del espectro radioeléctrico, obtener privilegios en el mercado de las telecomunicaciones para potenciar el recién inaugurado negocio de las apuestas electrónicas (...) La “Ley

²⁷⁷ *Ibíd.* P.161.

Televisa” formaba parte de un jugoso plan de negocios monopólico, no de un proyecto de modernización de los medios electrónicos.²⁷⁸

El origen de la afamada “Ley Televisa” se gestó cuando la Cámara de Diputados envió a la Cámara Alta la “Iniciativa que reforma, adiciona y deroga diversas disposiciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones y de la Ley Federal de Radio y Televisión”.

Consecutivamente 327 diputados votaron a favor de la Ley, hasta ese momento todos se encontraban conformes con la decisión. Tres meses después todo cambió, el rechazo social a dicha reforma se extendió y fue que 111 diputados federales realizaron un documento solicitando que la propuesta fuese discutida.

Sin tomar en cuenta, como lo manifiestan los escritores Javier Esteinou y Alma Rosa Alva de la Selva en el apartado *El espíritu de la “Ley Televisa” no ha muerto*, el anterior proyecto de “Iniciativa ciudadana de reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión” parada desde hacía tres años en el Senado de la República, aún en proceso de análisis y discusión se dejó. Y el 30 de marzo de 2006 *un sector mayoritario de legisladores a favor de la “Ley Televisa” aprobaron irracionalmente el proyecto de reforma, sin alguna modificación mayor sin discusión y a pesar de las intervenciones en contra que presentaron legisladores de oposición, quienes la cuestionaron ampliamente.*²⁷⁹

A pesar de las opiniones de legisladores, opinión pública e intelectuales en contra de la Ley, Vicente Fox promulgó el 11 de abril de 2006 en el *Diario Oficial de la Federación* la nueva LFRTV para darle reconocimiento oficial y posicionarla con vigencia jurídica.

En estos procesos políticos, los poderes Legislativo y Ejecutivo fueron sustituidos por la Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) para elaborar los marcos normativos y reformar al Estado en materia comunicativa, favoreciendo a

²⁷⁸Ibíd. P.106.

²⁷⁹ ESTEINO MADRID, Javier. ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. Et. Al. *La “Ley Televisa. Op. Cit.* 2009. P.14

los tradicionales monopolios informativos y marginando a la sociedad que esperó, de buena fe, la oportunidad para cambiar el sistema de comunicación social.²⁸⁰

De ese modo, los especialistas en medios Javier Esteinou y Alma Rosa Alva, escriben en el libro *La “Ley Televisa” y la lucha por el poder en México*, que el proceso dio paso a que emergiera en el país un marco jurídico comunicativo desigual, regido por la lógica de la acumulación salvaje, que protegió a los monopolios privados de la comunicación masiva y sólo se dieron a la tarea de regirse por mecanismos autorregulatorios al introducir la “mano invisible del mercado”, la cual fija la relación oferta-demanda entre productores y consumidores comunicativos, y no por los principios rectores del Estado-nación de construcción de la República, cimientos de la democracia en México.

Al parecer la figura de la audiencia, en esos momentos, quedó relegada a mero consumidor. Así lo relatan Javier Esteinou Madrid y Alma Rosa Alva de la Selva:

El ciudadano, sujeto y actor fundamental de la democracia, razón esencial de la comunicación, no existió ni como sujeto básico ni como usuario, con lo cual se le redujo a ser un simple consumidor de contenidos, donde la información se convirtió en otra más de las mercancías publicitadas en las pantallas, y no como un bien público al cual tiene derecho de acceso y práctica los habitantes. El sujeto civil estuvo ubicado fuera de toda imaginación legislativa y marginado del catálogo básico de derechos de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones.²⁸¹

Los medios se ven a sí mismos, reflejan y ostentan como entes dispuestos a congratularse por las leyes que les favorecen económicamente, sin importar las consecuencias sociales. Se comportan como simples empresas económicas dominantes, dispuestos a conformar una interacción social extremadamente mercantil, privada y monopólica y no ciudadanizada como tanto lo divulga el gobierno, acotan Javier Esteinou y Alma Rosa Alva.

²⁸⁰ ESTEINOU MADRID, Javier. ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. Et. Al. *La “Ley Televisa. Op. Cit. 2009.P.14*

²⁸¹ ESTEINOU MADRID, Javier. ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. Et. Al. *La “Ley Televisa. Op. Cit. 2009. P.14*

Esta Ley demuestra cómo el Estado ha sido superpuesto por uno de los poderes fácticos: los medios de comunicación y en especial nos muestra el estrecho vínculo de Televisa con el Estado, que como demostró el gobierno debe mantener a toda costa; expresan Esteinou y Alva de la Selva en la obra mencionada.

El sistema político ve en las reformas un cambio en la manera de llevar a cabo sus estrategias de comunicación, no obstante si éste no invierte políticamente en el reconocimiento y ejercicio real de las garantías comunicativas básicas de la sociedad mexicana, entonces presidencia tendrá que dedicar un mayor gasto público a la represión social, *pues será la única forma de detener la energía colectiva contenida que no permitió expresarse en los medios de difusión masivos, y que necesita salir al espacio público para ser reconocida y expresar sus problemáticas.*²⁸²

Al parecer todo era miel sobre hojuelas. Paradójicamente, después de meses de opiniones bien fundamentadas en contra de la “Ley Televisa”, que únicamente beneficiaba al sector oligopólico de las comunicaciones y telecomunicaciones²⁸³, el poder Judicial tuvo al fin conciencia del error cometido por el Ejecutivo y Legislativo, y detuvo el desarrollo de una ley anticonstitucional.

En este periodo el ministro de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, Genaro Góngora Pimentel expresó durante un debate en torno a la “Ley Televisa” en mayo de 2007 que: la televisión afecta en términos sustantivos la vida diaria del individuo, lo que implica que quienes tengan acceso al uso del espectro radioeléctrico para prestar el servicio de radiodifusión, tendrán la posibilidad de permear el tejido social, por consiguiente esta realidad evidencia la vulnerabilidad de las audiencias frente a los emisores (...) el legislador está obligado a regularlo de manera tal que garantice la igualdad de oportunidades para su acceso y propicie un pluralismo que asegure a

²⁸²ESTEINO MADRID, Javier. ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. Et. Al. *La “Ley Televisa. Op. Cit.* 2009. P.22.

²⁸³ La Comisión Federal de Telecomunicaciones define las telecomunicaciones como “toda transmisión, emisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes, sonidos o informaciones de cualquier naturaleza por cable, radioelectricidad, medios ópticos u otros sistemas electromagnéticos.”

la sociedad la permanente apertura de un proceso de comunicación que vivifique la democracia y la cultura.

Para entonces 13 de los 30 senadores que se encontraban en discrepancia con la “Ley Televisa” fueron “castigados”, describe Jenaro Villamil, pues al ser parte de la “lista negra” se les dejó fuera de las listas plurinominales a la Cámara de Diputados o perdieron el apoyo de la dirigencia nacional como aspirantes a alguna gubernatura. Los priistas no se salvaron y también 20 de sus senadores quedaron fuera de todo beneficio.

Conforme a lo establecido en la Constitución mexicana, la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) invalidó los puntos centrales de la “Ley Televisa” y colocó el mandato de la Constitución Mexicana en el terreno de la comunicación social, por encima de los intereses de los poderes fácticos informativos que le habían rebasado con exceso, cinismo, impunidad y prepotencia, declaran Javier Esteinou y Alma Rosa Alva en “El espíritu de la “Ley Televisa”.

La intervención de la SCJN para anular el proyecto jurídico privatizador de la “Ley Televisa” sólo evitó que avanzara más el modelo de radiodifusión desigual que existía, pero en nada cambió la estructura vertical, anticompetitiva, discrecional, autoritaria, unilateral (...) desinformadora, que reina en los medios de difusión electrónicos en el país.²⁸⁴

Lo anterior se tradujo en una estructura monopólica intacta por parte de los medios de comunicación. Nunca se vio afectado en lo mínimo el sistema contemporáneo determinado décadas atrás, sólo se evito que se ensanchara más el modelo concentrador. La “Ley Televisa” sigue viva, mencionan los especialistas mencionados, pues el proyecto sólo se encuentra en espera de nuevas condiciones sociopolíticas para poder lograr los objetivos que le fueron derogados por la intervención constitucional del Poder Judicial de la Federación.

²⁸⁴ESTEINOUMADRID, Javier. ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. Et. Al. *La “Ley Televisa. Op. Cit.* 2009. P.19.

Si bien, TV Azteca ha adquirido beneficios con las reformas, Televisa tiene la batuta, como lo manifiesta la doctora Paola Ricaurte en el artículo *Televisa, el gigante de los medios*: Televisa ha forjado el modelo de la televisión en el país, su historia, incluso puede confundirse con la historia de la televisión en México, pues la industria se desarrolló esencialmente gracias a la expansión de la empresa.

Alva de la Selva y Esteinou aseveran que en la actualidad los monopolios de la comunicación se encuentran en lucha silenciosa para lograr, mediante cualquier vía, operar la comunicación electrónica como un negocio mercantilista sin freno y no como un servicio público de interés social, donde se evite la competencia abierta con diversos actores en el sector de las telecomunicaciones.

Finalmente con la “Ley Televisa” quedaron colocadas las bases jurídicas para que el poder mediático evolucionara de su fase monopólica a su etapa mega oligopólica, consolidando su situación de *poderes fácticos salvajes*, donde el Estado y la sociedad civil tradicional ya no sólo pueden regular, ni detener, sino únicamente someterse al poder virtual incontrolable, creciente y subordinador de un poder extra constitucional que alcanzó una gran eficacia para intervenir cotidianamente de forma determinante en la construcción del campo de lo público en México, asevera el escritor Javier Esteinou Madrid.

4.-Ley Telecom

El contexto mundial y los compromisos internacionales que contrajo México, reclamaban el cambio del marco legal de las telecomunicaciones, para el 24 de abril de 1995, el Poder Ejecutivo presentó a la consideración del Legislativo un proyecto de Ley Federal en materia de telecomunicaciones que renovarían radicalmente el cometido del Estado dentro del sector.

En esta relación de uso-beneficio, también los medios de comunicación se erigen como grupos de presión que si bien aceptan ciertas limitaciones a la crítica, ejercen su derecho de cobrar por los favores hechos al sistema; manifiesta la periodista Juliana Fregoso en el texto *México: controversia entre los medios de comunicación y el gobierno*.

El gobierno justificó dicha medida como una obligación que le correspondía imperantemente, ya que como “promotor del desarrollo, debía establecer las condiciones que permitieran la concurrencia de la iniciativa e inversión de los particulares, bajo un marco regulatorio claro y seguro, dándole una mayor oportunidad a la participación privada, congruente con el fortalecimiento de la rectoría del Estado.”²⁸⁵

2 días después, el 26 de abril los diputados aprobaron la iniciativa en la H. Cámara de Diputados con los siguientes argumentos que validaban coherentemente el decreto de la Ley Federal de Telecomunicaciones:

(...) la iniciativa de Ley Federal de Telecomunicaciones tienen principalmente los objetivos siguientes: Salvaguardar, mediante la rectoría del Estado, la seguridad y los intereses soberanos de nuestra nación. Promover que los servicios de telecomunicaciones sean un insumo competitivo, moderno, eficaz y accesible para el resto de las actividades económicas, así como su disponibilidad en todo el territorio nacional, con alta calidad y a precios internacionalmente competitivos.

²⁸⁵Exposición de motivos del Ejecutivo Federal de 24 de abril de 1995 sobre la iniciativa de Ley Federal de Telecomunicaciones. En Álvarez, Clara Luz. *Historia de las Telecomunicaciones en México*.

Impulsar la participación competitiva de empresas y empresarios mexicanos en la prestación de servicios de telecomunicaciones.²⁸⁶

La doctora e investigadora de la UNAM Clara Luz Álvarez manifestó: en un mercado en competencia la disponibilidad de información es clave para la entrada y permanencia de competidores, sin embargo, la misma LFT reconoce que pueden existir empresarios que tengan o adquieran un poder de mercado representativo y por ello puede ser nocivos para la competencia, por ende la LFT sólo *se limita a imponer obligaciones específicas en cuanto a tarifas, calidad e información, a aquel concesionario que sea declarado agente económico con poder sustancial en algún mercado de telecomunicaciones.*²⁸⁷

Lo que permitió la entrada del sector privado a la prestación de servicios satelitales, “tanto a través de satélites asignados a México como por medio de satélites extranjeros. En junio de 1997, la sección de servicios fijos satelitales del organismo descentralizado Telecom se convirtió en Satélites Mexicanos, S.A de C.V., para finalmente privatizarse en octubre de ese año por medio de licitación pública.²⁸⁸

14 años pasaron y el 11 de abril de 2006 se dieron a conocer ciertas reformas a la Ley Federal de Telecomunicaciones y a la Ley Federal de Radio y Televisión, mejor conocida como “Ley Televisa”, la polémica ley fue aprobada en tan sólo siete minutos por el Senado de la República, *sin cambiarle una coma*²⁸⁹

Un grupo de entonces Senadores presentó una acción de inconstitucionalidad en contra de estas reformas expresando diversos conceptos de invalidez de sus preceptos por considerarlos violatorios a la Constitución. La Suprema Corte de Justicia de la Nación resolvió invalidar varios de esos preceptos. Por lo que, tras la resolución de la Corte, las reformas de 2006 esencialmente establecieron las facultades de la Comisión Federal de Telecomunicaciones en ley, un plazo fijo

²⁸⁶ Diarios de los Debates de la Cámara de Diputados del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos, jueves 18 de mayo de 1995, Legislatura LVI, Año I, Periodo Tercer Periodo Extraordinario, diario número 4

<http://crónica.diputados.gob.mx/>. En Álvarez, Clara Luz. *Historia de las Telecomunicaciones en México*.

²⁸⁷ Álvarez González de Castilla, Clara Luz. Análisis de las reformas a la ley federal de telecomunicaciones.

Recuperado de: <http://bit.ly/205A98L> Consultado el 12-01-15 a las 13:34 p.m.

²⁸⁸ ÁLVAREZ, Clara Luz. *Historia de las Telecomunicaciones en México*.

²⁸⁹ RICAURTE, Paola. Televisa, el gigante de los medios en México. Disponible en (<https://mediosfera.wordpress.com>) Consultado [<http://bit.ly/1GjxtFa>] el 16.6.15 a las 2:05 a.m.

para las personas que fueron nombradas comisionados (as) y el nombramiento escalonado de éstos.²⁹⁰

Sin embargo, ahí no finalizó el asunto de las reformas, ya que en el 2013 el actual presidente Enrique Peña Nieto, acordó junto con los integrantes del Pacto por México, garantizar la gratuidad en la retransmisión de señales de televisión abierta en los servicios que ofrecen televisoras de paga (*must offer, must carry*). La propuesta planteó prohibir la transmisión de publicidad o propaganda transmitida como datos periodísticos o noticiosos.

Además se señala en el texto la consideración para crear el Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ifetel) con la finalidad de contar con un organismo autónomo que otorgará las concesiones de los medios, lo que derivaría en cancelar dicha facultad por parte del Poder Ejecutivo.

Horas después, las críticas no se hicieron esperar y 219 organismos civiles reclamaron; para ellos la reforma fortalecía la censura. A lo que el presidente respondió que robustecía la libertad de los mexicanos y expandía el acceso a las comunicaciones.

El mandatario dijo que habrá internet al alcance de más mexicanos, telefonía más eficaz y costos accesibles para la población, así como mayor competencia en radio y televisión.²⁹¹

Un año después, en 2014 después de tres meses de negociaciones y de un debate en el pleno que se extendió por más de 17 horas, el Senado ratificó las leyes secundarias de la reforma en telecomunicaciones, en la resolución se hacía referencia a la creación de dos nuevas leyes, en las que se daba paso a la Inversión Extranjera, según un artículo publicado en el portal del medio CNN México²⁹².

²⁹⁰ *Ibíd.*

²⁹¹ S/A. *La ley telecom entre en vigor en 30 días*. Disponible en: (<http://www.informador.com.mx>) Consultado en [<http://bit.ly/1Jp2eSI>] el 26-6-15 a las 22:25 p.m.

²⁹² TORRES, Mauricio. *Leyes de telecom, aprobadas en el Senado con preponderancia por sector*. Disponible en: (<http://mexico.cnn.com>) Consultado en [<http://cnn.it/1qXbbXd>] el 25-6-15 a las 15:22 p.m.

Según el reportaje citado, los representantes del PRI, Partido Verde Ecologista de México (PVEM), PAN y una senadora del Partido del Trabajo (PT) infirieron que la regla señalada en dicha reforma promovía el combate contra las prácticas monopólicas y la competencia en el sector comunicativo; a lo que senadores de oposición discreparon, para ellos las medidas son insuficientes y expresaron un intento por beneficiar a la principal televisora: Televisa.

Este sábado, Peña Nieto felicitó a través de Twitter a los legisladores por la aprobación de las leyes, que dijo “permitirán mayor competencia y mejores tarifas”.²⁹³

Al respecto el periodista Jenaro Villamil, indicó que “la reforma en telecomunicaciones fue un retroceso, el prometido defensor de la audiencia no funciona, pese a que a nivel Constitucional se garantizaba. Sí se analiza lo que la reforma prometía y lo que la reforma secundaria concretó, hay una gran distancia.”²⁹⁴

²⁹³TORRES, Mauricio. *Leyes de telecom, aprobadas en el Senado con preponderancia por sector*. Disponible en: (<http://mexico.cnn.com>) Consultado en [<http://cnn.it/1qXbbXd>] el 25-6-15 a las 15:22 p.m.

²⁹⁴S/A. Reforma en Telecomunicaciones: Documento final. Disponible en (aristeguinoticias.com) Consultado en [<http://bit.ly/1LcpXWg>] el 16.6.15 a las 2:19 a.m.

5.-Telebancada

El profesor en comunicación social Hugo Sánchez Gudiño declara en el artículo *Mediocracia, dinero y elección presidencial en México 2006*, que en el país la política profesional actúa bajo una lógica propia donde todo aparece atravesado por la corrupción que, a su vez, estimula conspiraciones, pactos y todo tipo de malabarismos; lo que conlleva al resquebrajamiento de las instituciones tradicionales gracias a la preocupación de contar con una “modernización rápida”.

De manera que la corrupción alcanza las altas esferas del poder, y entonces se da paso a “los sobornos, los abusos de autoridad, el tráfico de influencias, la deshonestidad, el enriquecimiento ilícito, la traición...”²⁹⁵ No se puede hablar meramente de un caso de corrupción por parte del gobierno y los medios de comunicación, sin embargo a lo largo de este capítulo se ha advertido el tráfico de influencias y las peripecias que han acompañado cada sexenio para favorecer a las grandes empresas de comunicación.

Los factores aludidos dan paso a que el sistema político y los concesionarios piensen y formulen estrategias legales que les permitan tener acceso a un mayor público, con la finalidad de legitimar las acciones del gobierno en turno o de las mismas televisoras, lo que genera un juego bilateral para llegar a sus objetivos.

Por tanto, mandatarios y empresarios instauran leyes con argumentos contradictorios y llenos de ambigüedades para hacer más fuerte el lazo entre ambos y entonces hacer creer a los mexicanos a través de los medios que no hay crisis, que todo marcha conforme se pensaba.

Teóricamente y vivencialmente la historia da cuenta de la relación existente entre medios-Estado, para entender dicho comportamiento y estrategias de la estructura política con relación a los medios de comunicación se hará referencia a la tipología

²⁹⁵ SÁNCHEZ GUDIÑO, Hugo. *Mediocracia, dinero y elección presidencial en México 2006*. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM. México, 2006.

propuesta por la profesora norteamericana Susan Rose Ackerman, quien elaboró cuatro conceptos (sólo se abordarán tres para no desviar el tema de la investigación).

Cleptocracia: Se refiere a un gobernante o funcionario de alto nivel cuyo objetivo principal es conseguir el enriquecimiento individual, mientras se encuentra en un cargo público.

Monopolio bilateral: Un gobierno se enfrenta a un solo contrincante frente a la mesa de juego. En este momento las posibilidades de obtener entradas económicas son compartidas entre el sobornador y el gobierno.

Soborno Competitivo: Una espiral de corrupción hacia arriba, donde la rentabilidad del soborno debe aumentar en algunos escalones a medida que aumenta la incidencia de ésta. Como aumenta la proporción de funcionarios corruptos con el nivel de sobornos, un aumento en el nivel de sobornos frecuentemente aumenta la proporción de personas privadas que los pagan.

Con estas tres determinaciones, se puede entender a grandes rasgos porque los políticos, más que como plan comercial para promover sus administraciones, se encuentran preocupados y ocupados en ultimar y consumir los detalles para entregarle a los grandes consorcios comunicativos las herramientas necesarias para tenerlos en sus manos y viceversa. Ante la falta de credibilidad que tiene el sistema político, los medios de comunicación entran como salvadores de éste.

País tras país, encuesta tras encuesta, constatamos la pobre imagen que la ciudadanía tienen de los partidos políticos y de sus dirigentes, a quienes perciben como corruptos, faltos de transparencia, persiguiendo únicamente sus propios intereses, e incumpliendo, en la mayoría de los casos, las promesas hechas durante la campaña electoral (...) trae consigo distintas consecuencias negativas para la legitimidad del sistema democrático.²⁹⁶

²⁹⁶SÁNCHEZ GUDIÑO, Hugo. *Mediocracia, dinero y elección presidencial en México 2006*. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM. México, 2006.

Nadie mejor que los presidentes mexicanos para saber lo importante que es mantener a los medios a gusto. Actualmente el jefe del Poder Ejecutivo, Enrique Peña Nieto ha dado paso a “grandes reformas” con la meta de que el país entre en las filas de la modernización, pareciera que los años no han pasado y que la sociedad presencia el mismo discurso central del ex presidente Carlos Salinas de Gortari cuando firmó el Tratado de Libre Comercio de América del Norte y privatizó diversas empresas estatales.

Reformas son modificadas, anuladas o creadas, siempre habrá una “Telebancada” que respalde los intereses del monopolio televisivo llamado: Televisa y TV Azteca, o al menos así se puede apreciar. Desde mediados de 2012 nuevamente actores de la vida política hicieron ruido, pues la relación empresarial o familiar con los dueños o presidentes de los concesionarios los pusieron en el ojo del huracán.

En diciembre de ese año según un artículo publicado por la periodista Dulce Ramos en la página de internet Animal Político, 18 candidatos al Congreso de la Unión se encontraban ligados a las dos principales televisoras del país, de los cuales 16 formarían parte de las dos cámaras para la LXII legislatura, a éstos se les conocía como la “Telebancada”. Ramos menciona que se le nombra de tal forma debido a que los legisladores impulsaban temas de interés para ambas empresas.

La “Telebancada” en ese momento conformada por diputados y senadores del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) apostarían por imponer una reforma en telecomunicaciones que obviamente diera más poder a esas empresas.

A lo que el analista de medios Gabriel Sosa Plata manifestó: ¿por qué nos sorprendemos? Desde hace al menos cuatro décadas, empresarios de la radiodifusión (radio y televisión) han tenido representación e influencia en el Congreso de la Unión y por ello, durante todo este tiempo, no ha sido posible aprobar una reforma democrática al marco jurídico antecesor. Hasta el día de hoy, la clase política ha mantenido prácticamente intactos los intereses de las principales

compañías de la industria y, mejor aún, los ha fortalecido con reformas tan burdas como la “Ley Televisa”.²⁹⁷

Los once “telediputados” eran: Rubén Acosta Montoya; Antonio Cuéllar Stefan; Mónica García de la Fuente; Federico García de la Fuente; Federico González Luna Blanco; Laura Ximena Martel Cantú; Javier Orozco Gómez; Carla Alicia Padilla Ramos; Simón Valanci Buzali; Enrique Cárdenas del Avellano; Jorge Mendoza Garza. Y cinco “telesenadores”: Ninfa Salinas Sada; Carlos Alberto Puente Salas; Juan Gerardo Flores; Luis Armando Melgar Bravo y Arely Gómez González.

El abogado y vicepresidente de la Asociación de Redes de Telecomunicaciones de México, Salomón Padilla manifestó que poner a diputados y senadores con los mismos intereses que las televisoras fue una jugada sensacional del PRI, pues les hizo creer a algunos que era el momento de parar a Televisa y a los poderes fácticos, cuando en realidad, se pusieron de acuerdo, pero ahora con las reglas de la presidencia de la República.

...lo que encontramos es que los mismos presidentes que critican a los medios les extienden por muchos años licencias de funcionamiento, además de utilizar la publicidad oficial para premiar a los más sumisos (...) un medio al servicio de los intereses o los humores del presidente.²⁹⁸

2015 ha sido un año lleno de conflictos políticos-electorales, sociales, culturales y económicos. Pero el sistema político ha sabido “sobrellevar” estos acontecimientos, nunca pierde de vista sus objetivos y entre éstos los medios de comunicación. La “Telebancada” se transformó y nuevos actores están por entrar en escena para resguardar los intereses de las televisoras.

Al menos diez candidatos a diputados federales, todos en lugares seguros de las listas plurinominales del PRI y del Partido Verde Ecologista de México (PVEM),

²⁹⁷ SOSA PLATA, Gabriel. *Telebancada desde siempre*. Disponible en: (<http://www.mediatelecom.com.mx>) Consultado el: [<http://bit.ly/1JjS0I>] el 3-7-15 a las 14:05 p.m.

²⁹⁸ MARTÍN BARBERO, Jesús. CHICO DE GOIS, Francisca. Et. Al. *Los tele-presidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia*. P. 16.

serán los rostros de la próxima “Telebancada” para el periodo 2015-2018, redacta Jenaro Villamil en la revista Proceso.

Entre los personajes se encuentran representantes de la farándula como Carmen Salinas, candidata a diputada plurinominal del PRI (...); el ex vicepresidente de Noticias de TV Azteca, Tristán Canales, aspirante del PRI (...) Por el PVEM la ex directora jurídica de Radiópolis, de Televisa, Lorena Corona Valdés (...) la ex coordinadora de Logística de Televisa y ex titular de la Unidad de Enlace de Cofetel, Paloma Canales Suárez, o Alma Lucía Arzaluz, suplente de la senadora Ninfa Salinas (...) Gerardo Soria, cercano a los intereses de Televisa (...) Fernando Reina Iglesias, esposo de la actriz Galilea Montijo, conductora estelar de Televisa (...) Adriana Sarur Torre, conductora de Canal 40, de TV Azteca, asevera Villamil.

Lo curioso de estos casos es que ninguno necesitará hacer campaña. Ellos representan los intereses de las corporaciones mediáticas que los respaldan, bajo las siglas del PRI y del Partido Verde.²⁹⁹

Los cambios en materia de comunicación y telecomunicaciones se transformarán con el paso del tiempo a medida que el gobierno en turno necesite de políticas que cubran sus necesidades y también del poder que en ese instante detenten los medios de comunicación.

²⁹⁹ VILLAMIL, Jenaro. *La telebancada para 2015: personajes de la farándula, asesores y directivos del duopolio*. Proceso, 13-4.15. Disponible en: (<http://www.proceso.com.mx>) Consultado en [<http://bit.ly/1G5Dv5>] el 3-7-15 a las 18:48 p.m.

Capítulo VII

El noticiero como instrumento político

1.- Estructura de un noticiero

Desde tiempos memorables el ser humano ha tenido la necesidad de comprender el ambiente que le rodea, siempre que se encuentra ante un acontecimiento nuevo tiene la sensación incómoda de encontrar un significado que lo lleva a explorar y trazar imaginariamente un panorama. Se hace presente la urgencia de orientación y es aquí donde entran los medios de comunicación con los noticiarios para “ayudar” al individuo.

Si bien los medios no son la única fuente de orientación sobre los asuntos públicos, pues la experiencia personal, las pláticas con la familia, amigos o colegas dan un panorama más “real” del contexto local. Por otro lado si se quiere tener conocimiento sobre acontecimientos nacionales o internacionales, muy probablemente, el informativo televisivo entra para llenar el vacío de información. “En el ámbito de los asuntos públicos, cuanto mayor es la necesidad de orientación de un individuo, más probable resulta que preste atención a los medios de comunicación, con su riqueza de información sobre la política y el Gobierno”.³⁰⁰

Pero la televisión no es un medio de actividad para la acción del conocimiento (...). Pero aun definiendo el valor informativo de la televisión, más allá del puro entretenimiento, como así lo creemos, no se debe confundir información con conocimiento. La información no produce conocimiento. El conocimiento no se produce sin una acción mediadora por parte de un sujeto. El conocimiento no se “imparte”, por cualquier medio que sea. Sólo se puede impartir información. El conocimiento se adquiere.³⁰¹

³⁰⁰McCOMBS, Maxwell. *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios de comunicación en la opinión pública y en el conocimiento*. Ed. Paidós, Reino Unido, 2006. P. 132.

³⁰¹IMBERT, Gerard, otros autores. *Televisión y cotidianidad (la función social de la televisión en el nuevo milenio)*. PDF. P. 134.

La televisión requiere realizar su propia dinámica productiva, estandariza sus estructuras narrativas, apegadas a las expectativas culturales del público. El medio se ve obligado a garantizar patrones comerciales para asegurar el éxito del negocio por medio de programas de revista, *talk shows*, telenovelas y por supuesto noticiarios.

Entrando en materia de noticias, cuando se estrenó el noticiario televisivo eran de tipo cerrado, es decir hacían uso de un “film camera” al estilo de los noticieros del cine, con proyecciones de películas, la voz del presentador, se implementaban efectos musicales y sonidos de fondo.

Posteriormente con el desarrollo de la tecnología y el poder adquisitivo de las televisoras, se implementó el tipo abierto, se le denominó así porque se retomaban elementos de estudio y transmisiones fuera de éste.

A diferencia de las noticias impresas la estructura de las noticias audiovisuales, tienen un estilo y ritmo propio, donde como en toda noticia el objetivo primordial es transmitir datos actuales.

Pero “...como la televisión hace hincapié en todo lo visual, los noticieros tienen, obligatoriamente, mayor fuerza, dramatismo y carga emocional que la prensa plana y la radio. La transmisión en vivo de un evento, o simplemente el hecho de ver y oír a un reportero o locutor haciendo llegar a través del televisor una noticia, tendrá mayor impacto emocional.”³⁰²

Los elementos en la producción de un informativo, deben ser capaces de llamar la atención del público, ya que los receptores que pretenden mantenerse informados casi siempre se encuentran en un entorno de distracción como la casa, oficina, restaurante lo que provoca una pérdida económica y de poder para los concesionarios, porque si la información no atrapa, simplemente cambian de canal.

³⁰²S/A. *Noticiero televisivo. Cine y televisión/sexta Ciclo de Periodismo*. Disponible: (<https://heinusac.files.wordpress.com>) Consultado [<http://bit.ly/1K2CHim>] el 13-7-15 a las 15:38 p.m.

Por tanto los concesionarios piden al productor se utilicen herramientas para jerarquizar y resaltar la información más “trascendente”; colocar al frente una figura que transmita poder, representada en carne y hueso por un comunicador.

Las noticias en televisión no son exclusivamente modos de ver y reconocer la realidad, conforman una institución que provee de visibilidad pública a un conjunto de acontecimientos. El ordenamiento, la jerarquía y la particular mirada sobre ese referente son tres pilares fundamentales (...) ³⁰³

A pesar de ser la televisión el medio con más alcance y penetración en el mundo, el comunicólogo Hernán Pajoni ve diversas limitaciones en los informativos televisivos: la poca duración obliga al emisor a desarrollar las noticias en pocos segundos; la inmediatez incide en la calidad del trabajo periodístico y la nula posibilidad de que el receptor le regrese al programa sino le entendió a una palabra, inciden en la atracción que tenga el programa en las personas.

Pajoni manifiesta en el artículo “Realidad en la Información Televisada”, que el término noticia se ha cristalizado en el sentido común, de forma tal que “noticia” es efectivamente lo que pasa como acontecimiento de la “realidad”. La cristalización de dicho significado en la población se instituye como verdad, es decir que la noticia se transforma en una institución que incluye los acontecimientos prioritarios de la vida social y el discurso se profundiza gracias a la televisión, ya que las imágenes transmitidas por medio de la pantalla impactan con más fuerza en el individuo.

El acontecimiento podría definirse como la percepción espacio temporal de unas acciones o hechos, mientras que la noticia se definiría como generación de ese sistema espacio temporal. Esta diferenciación es relevante porque la distinción entre acontecimiento y noticia es propia de quienes analizan los procesos de producción informativa. Muy por el contrario, los consumidores de

³⁰³ PAJONI, Hernán. *La Realidad en la Información Televisada*. Revista RE. Año 1, N°2, enero-julio 2007, 61-80.

las noticias ven en su pantalla sólo acontecimientos no mediación productiva de su construcción.³⁰⁴

Existen una serie de elementos que la audiencia no percibe como la diferencia entre el acontecimiento y la noticia, conceptos que podrán sonar parecidos, sin embargo en la praxis el significado de cada uno son esenciales para la producción, realización y difusión del noticiario.

La distinción es importante, porque los sucesos de la vida social se acoplan a los modos de producción televisiva y no al revés, con la finalidad de que concuerden con los acontecimientos “principales” o “prioritarios” de la agenda informativa y de esa manera responder a las necesidades del sistema y ganar *rating*.

Por tanto, las personas sólo verán en los noticiarios la información que se adapte a los requisitos comerciales y gubernamentales. El auditorio sentirá que lo que ve es lo “más importante” y “real”. Al respecto, el semiólogo Umberto Eco menciona que para ello se utilizan tácticas como el lenguaje visual y los signos icónicos para que los objetos luzcan como parte del mundo “real”.

Pajoni considera que el alto grado de legitimidad que adquiere el discurso de la información está respaldado por un cumulo de operaciones discursivas que se basan en el carácter transparente y “verdadero” de la noticia. Lo que significa que el espectador puede elegir entre los distintos noticiarios, si los hay, a través de un discurso en particular y sobre la forma en que lo interpreta, implicando la creencia de una argumentación peculiar sobre los hechos, de tal modo que la “realidad” plasmada en la pantalla será la que tome como verdadera.

Para el periodista cubano Jorge Legañoa los telediarios son verdaderos sistemas públicos, su función no es informar en el sentido de comprender el mundo, sino divertir a los espectadores y formatear sus mentes, al mismo tiempo que se les recuerda aquello que deben saber. Expresa que todo está montado, preparado de

³⁰⁴ BARROSO GARCÍA, Jaime. *El Proceso de la Información de Actualidad*. En Pajoni, Hernán. *La Realidad en la Información Televisada*. Revista RE. Año 1, N°2, enero-julio 2007, 61-80.

antemano, como ritual religioso, con un horario fijo, duración, presentador (sacerdote inamovible o casi inamovible), con un tono incómodo, serio, distante, casi objetivo, pero nunca verdaderamente neutro, pues las imágenes son previamente elegidas en un orden jerárquico.

Entonces se cree de los medios de comunicación, que piensan y juegan el papel de constructores de una sociedad más justa y democrática, gracias a la libertad de prensa, de expresión y al derecho que tienen de la información. Además de utilizar a conveniencia lo que McCombs y Shaw en 1972 llamaron la Teoría del establecimiento periodístico de temas de discusión, mejor conocida como teoría de la *agenda setting*; donde se postula que los medios tienen una gran incidencia sobre las personas al determinar qué situaciones son de interés informativo y cuánto espacio e importancia se les da.

Ya lo dijo Walter Lippmann con elocuencia, las imágenes que el sujeto tiene en la cabeza son primordialmente de una fuente primaria llamada medios de comunicación; aquellas imágenes que se hacen acerca de la política y los asuntos públicos parten de allí. “La imagen que dan los medios de comunicación se vuelven destacados en la imagen que se hace la audiencia. Esos elementos en los que la agenda mediática pone el énfasis acaban siendo vistos por el público como importantes”.³⁰⁵

Ariadna Laura Cantú, Licenciada en Ciencias de la Comunicación, explica en el artículo “¿Qué ves cuando me ves?”, que con la irrupción de la *neotelevisión*, como la llama Umberto Eco, se dio paso a los flujos fragmentarios de contenidos en pos de consumos también fraccionados, los géneros periodísticos se desdibujaron para dar inicio a dos macrogéneros que atraviesan a todos los contenidos de televisión: el de ficción y realidad.

De allí que los noticiarios televisivos se ven perjudicados, no sólo porque pretenden informar sino entretener, usando herramientas como la espectacularización de los

³⁰⁵McCombs, Maxwell. *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios de comunicación en la opinión pública y en el conocimiento*. Ed. Paidós, Reino Unido, 2006. P. 136.

acontecimientos para que la audiencia se quede frente al televisor. “Además de mostrar o construir la realidad, parece que lo hace de manera entretenida, para algunos, esta puesta en escena lo aleja de su función referencial; otros se refieren a él como un espectáculo de la realidad, como un simulacro...”³⁰⁶

Diversos autores convergen con la idea de que el noticiero es un programa más de la televisión, que busca cautivar una parte del público y en esa búsqueda utilizan distintas estrategias de comunicación para lograrlo, además como ya se citó, se recurre a las emociones, al privilegio de la personalización, la dramatización y la división de la cobertura en los hechos.

De allí, como lo asevera Laura Cantú, se han relacionado los conceptos de infoentretenimiento o infoshow con los noticiarios, entonces éste programa es asociado como una forma de entretenimiento. La comunicóloga escribe que los noticieros cubren varios tópicos como:

- Intermediario entre la sociedad y el sistema político, llegando a ser el defensor del pueblo.
- Cubre el papel de las instituciones gubernamentales, como amplificador de las protestas o quejas de modo que los reclamos difundidos por la población por medio de la pantalla ejercen presión al gobierno para encontrar una solución.
- Sin embargo, el noticiero no deja de ser una fuente de entretenimiento más que de información, mejor conocido por algunos autores en *infoentretenimiento*.
- Se traslada al contenido el valor informativo y empresarial, entonces el noticiero se convierte en una industria, preocupada por sus intereses comerciales.
- Los acontecimientos se ven meramente con parte del consumo, rentable.
- Para la sociedad el noticiero se percibe como una ventana al mundo.

³⁰⁶LAURA CANTÚ, Ariadna. *¿Qué ves cuando me ves?* Encuentro Panamericano de Comunicación. Córdoba, Argentina, 2013.

Los medios fabrican y son una máquina de noticias, siempre con una agenda determinada, abarca al enemigo, busca el *rating*, además de combinar en una sección el hambre y la inseguridad que desvanecen rápidamente con liviandad.

Los medios de comunicación establecen la agenda cuando tienen éxito a la hora de absorber la atención sobre un problema. Y construyen la agenda pública cuando suministran el contexto que determina la manera en que la gente piensa de un tema y evalúa sus méritos.³⁰⁷

Los autores Camilo Valqui y Cutberto Pastor sostienen que los medios se han consolidado como vehículo de entretenimiento y consumo muy poderosos, lo que conlleva a que éstos determinen la agenda de los medios, es decir, la agenda del poder. Consecutivamente se deja de lado al auditorio para dar paso a los intereses políticos y económicos de los concesionarios y sistema político, es así como se conforma una pequeña elite super informada.

El espacio noticioso en televisión ha logrado resaltar, gracias a la poca credibilidad que tienen las instituciones gubernamentales y burócratas. Las televisoras se convierten en actores políticos, lo que lleva a la pérdida de la objetividad periodística.

...los medios no están cumpliendo con la democracia ya que no defienden a los ciudadanos y lo público, y mucho menos brindan marcos interpretativos para que los ciudadanos puedan tomar posición frente a los fenómenos políticos y la realidad social.³⁰⁸

Además “la realidad es la realidad y la televisión es una forma como otra de acercarse a ella con un filtro. Habrá cosas que pasarán por el agujero, otras se quedarán y también las habrá que saldrán torcidas. Querer comprender la realidad a través de la televisión sin entender el mecanismo del filtro equivale a no

³⁰⁷ Graber, Doris. *Mass Media and American Politics*, 2ª edición. En McCombs, Maxwell. *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios de comunicación en la opinión pública y en el conocimiento*. Ed. Paidós, Reino Unido, 2006. P. 152-153.

³⁰⁸ VALQUI CACHI, Camilo. PASTOR BAZÁN, Cutberto. *Capital, poder y medios de comunicación*. Una crítica epistémica. P. 123.

comprender nada; opina el periodista Xavier Obach en el texto *Periodista de TVE en el libro CD Educación para la Comunicación. Televisión y Multimedia*. Máster de Televisión Educativa, publicado en 2001.

En América Latina los medios imponen, como lo menciona el crítico de televisión Omar Rincón, su lógica de entretenimiento, de simulacro para la construcción de la “realidad” política, los convierte en actores políticos, escenario y dispositivo fundamentales para el Estado, dando origen a la tele-política que se traslada cotidianamente a los noticiarios.

Rincón indica que se ama a la televisión y se odia a la prensa, porque actualmente se gobierna frente a las cámaras como si los políticos fuesen un presentador, un comunicador que transmite en la pantalla la creencia de participación en la ciudadanía. Los tele-presidentes “viven siempre el presente, gobiernan en vivo y en directo, con una gran capacidad para generar espectáculo y confianza en el pueblo”.³⁰⁹

Para la sociedad ver a través de una pantalla las noticias más “relevantes” nacionales, internacionales y local es un beneficio que el aparato les ofrece, los espectadores creen que el producto informativo es un referente de lo “real”. Por eso es que las empresas de comunicación dedicadas a la transmisión de noticias se encuentran dedicadas a construir “realidades posibles y creíbles” para una población que no tienen acceso a los periódicos u otros medios.

De esa forma la veracidad con la que se maneja la información debería ser un concepto medulares basado en estructuras clave como patrones de consumo y culturales contemporáneas. Sin embargo la industria no se rige sobre el deber ser.

En este punto, el noticiario es un mundo hecho de lenguaje audiovisual, pero intrínsecamente relacionado con la “realidad” significada, proveyendo por medio

³⁰⁹ BARBERO, Martín. CHICO DE GOIS. Et. al. *Los telepresidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Bogotá, 2008. P.162.

del texto un modelo sociocognitivo, escribe el comunicólogo Hernán Pajoni. Él asevera que las condiciones históricas a través de las cuales un determinado universo de realidades se hace posible, no son construcciones espontáneas que naturalmente se edifican socialmente, sino que es un proceso enraizado profundamente en las relaciones de poder políticas y económicas que legitiman la manera de designar el mundo y nada tienen que ver con la población.

...lo real se subordina a las técnicas propias de la ficción y el entretenimiento y la noticia reúne elementos de humor o de tragedia, y confunde lo nuevo, lo conflictivo o lo espectacular con lo importante.³¹⁰

Como en casi todo, se necesita tener una estructura sólida para poder lograr los objetivos, en este caso las televisoras han ido mejorando la implementación de herramientas tecnológicas, pero sobre todo comunicativas para mantener a la audiencia atenta a los acontecimientos que ellos transmiten. Por ello es necesario saber cómo organizan desde la información hasta la producción para sacar al aire un informativo televisivo y construir una “realidad” como se ha descrito.

Generalmente los informativos tienen una duración aproximada de entre 30 y 60 minutos, se fragmentan en cuatro bloques, en los que se diferencia entre los hechos nacionales, internacionales, locales y deportivos; depende del esquema de cada empresa, también se puede incorporar información económica, de opinión, cultural, entre otra.

Si bien la obtención y tratamiento de la información son el eje principal de éstos programas, la producción juega parte importante en el proceso, sin una buena producción los resultados pueden tornarse totalmente diferentes a los imaginados por los empresarios y no tener el impacto deseado. Para poder lograr su meta deben contar con un director, realizador, regidor, operadores de cámara, técnicos de sonido, editores de vídeo, presentador, entre muchas otras personas.

³¹⁰ LAURA CANTÚ, Ariadna. *¿Qué ves cuando me ves?* Op. Cit.

En materia económica un telediario, como lo llaman en algunos países latinoamericanos, son los más costosos, esto pasa a segundo término, cuando se sabe que ocupan la franja más importante de toda la programación, además de ser la imagen de la cadena.

Los datos empleados en un informativo televisivo, sufren un proceso de manipulación como la reducción, selección, condensación temporal y espacial y distorsión, con la finalidad de poder crear una “realidad”, comenta el doctor Jaime Barroso García en su obra *El proceso de la Información de la Actualidad* publicado en 1992.

La información que suministran los medios informativo juega un papel central en la construcción de nuestras imágenes de la realidad. Y además, lo que influye en esas imágenes es el conjunto total de la información que nos suministran.³¹¹

A propósito del manejo que se le da a la información y sustancial para la supervivencia de los informativos, un noticiario conlleva una serie de pasos a seguir para captar el interés de la población. El autor de *La Realidad en la Información Televisada* propone cuatro tópicos en los que se basan los programas informativos para capturar la atención de la audiencia:

- La primera expresión no debe ser muy explicativa, sólo funciona como titular para definir el perfil de la nota.
- Organiza al sujeto para el resto de los datos.
- Posteriormente en el desarrollo se debe dar los detalles brevemente de los acontecimientos por medio de unas cuantas frases.
- Puntualiza en los detalles para demostrar al sujeto por qué es importante que permanezca frente al televisor viendo el informativo.

Las características que debe contener la información de un informativo televisivo, según el comunicólogo Hernán Pajoni son:

³¹¹McCOMBS, Marxwell. *Estableciendo la agenda*. Op. Cit. P. 31.

-
- Descripción de los acontecimientos, ésta debe ser sencilla para que cualquier persona lo pueda entender, debe haber un contrato transversal social y cultural, por lo que el lenguaje se enfrenta a varias determinaciones que lo condicionan, depende del contexto del receptor.
 - Palabras cortas, simples, en un lenguaje conciso y preciso.
 - Se debe contar con mucha información para reseñar la noticia, de lo contrario se puede caer en una contradicción y generalización.
 - Utilizar un discurso breve y de conversación, evitar la erudición y la grandilocuencia.
 - Usar frases simples capaces de influir en una conversación.
 - Las oraciones deben tener un solo tema.
 - Se deben discernir notoriamente los hechos principales de los secundarios.

Además el autor alude a siete criterios que se emplean para enfatizar el valor informativo en la introducción del informativo televisivo:

- Importancia
- Interés
- Polémica
- Inusual
- Actualidad
- Proximidad
- Impacto

Los acontecimientos presentados en un noticiario duran alrededor de un minuto, van acompañados de imágenes con sonido de ambiente, declaraciones de personas y voz en off, donde el periodista construye una explicación narrativa. En éste tipo de programas se eluden elementos dramáticos como el empleo de música y efectos para que la declaración sea más objetiva, además el comunicador debe evitar caer en el protagonismo.

Los telediarios han desplazado poco a poco los rotativos, pues el gasto que implica adquirir un periódico diariamente o mantenerse informado a través de la Internet, genera la entrada infalible de estos espacios noticiosos en un ambiente carente económicamente para tener más fuentes de información.

El crítico de medios Walter Lippmann escribió que la mayor parte del conocimiento e información acerca de la política, la economía y la sociedad queda fuera del alcance de la vista y de la mente de la persona común y corriente.

Al respecto el sociólogo Robert Park, asevera que en efecto las noticias diarias le avisan al individuo de los últimos hechos y cambios en el contexto que queda más allá de la experiencia inmediata del hombre. Pero es necesario tomar en cuenta que las informaciones de la prensa y la televisión, incluso la de los periódicos o Internet, hacen bastante más, en realidad, que restringirse a señalar la existencia de los acontecimientos importantes cotidianos, pues tanto editores como directores informativos dirigen la atención del público e influyen en la percepción de cuáles son los asuntos más importantes del día.

En este punto, cabe señalar la importancia de la agenda informativa de las televisoras, que con el sólo hecho de mencionar un tema en 30 segundos ya le está diciendo al receptor que ese asunto tiene cierta relevancia. Pero afirmar que la audiencia cree cada una de las palabras presentadas en la pantalla sería regresar décadas atrás con la Teoría de la aguja hipodérmica y no es el caso.

Como lo escribió el profesor Maxwell McCombs, el establecimiento de la agenda no es un regreso a la *bala mágica*, no postula unos efectos todopoderosos de los medios, mucho menos considera a los miembros de la audiencia unos autómatas que se encuentran a la espera de que los medios vayan y los programen a diferencia de la *agenda setting* que sí asigna un papel central a los medios informativos a la hora de dar inicio al repertorio de la agenda pública.

Aunque los medios de comunicación impongan una agenda con ciertos acontecimientos en la cima de la opinión pública, no quiere decir que todos acepten esto, "el público echa mano de estas pistas de relevancia que le dan los medios para organizar su propia agenda y decidir, de este modo, cuáles son los temas más importantes".³¹²

Existe una paradoja, aunque el sujeto en la actualidad no confíe ciegamente en la programación ofrecida en la televisión, con el tiempo si los acontecimientos mencionados en el espacio informativo se vuelcan hacia la opinión pública, que es el fin de éstos, entonces el individuo sigue de cerca la agenda establecida por los medios, de esa manera la meta de las empresas comunicativas se logró.

El papel como fijadores de la agenda que tienen los medios informativos consiste en su influencia sobre la relevancia de un tema; es decir, sobre si un número importante de personas piensan que vale la pena tener una opinión del tema en cuestión (...) Ése es el motivo de que los medios informativos y buena parte de su audiencia estén tan fascinados con los sondeos de opinión pública...³¹³

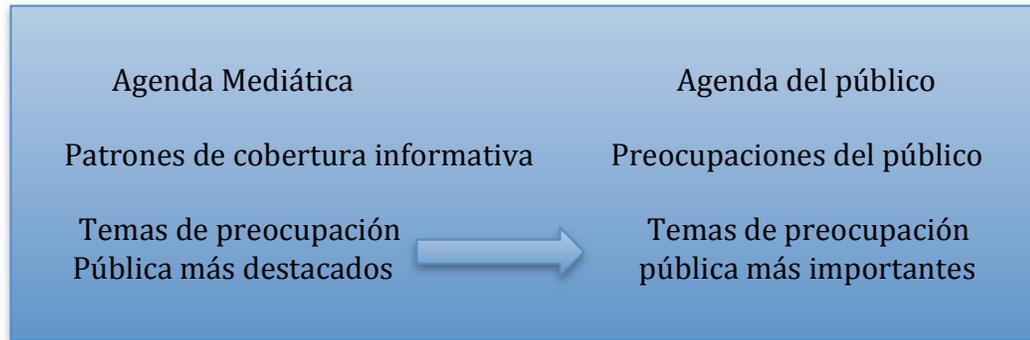
El teórico Maxwell McCombs, expresa en su obra *El impacto de los medios de comunicación en la opinión pública y en el conocimiento*, que los medios informativos ejercen una gran influencia en la percepción de la sociedad sobre cuáles son los temas más relevantes del día, esto es gracias a lo que él llama efecto de la *agenda de los medios informativos*.

A propósito, el científico estadounidense Bernard Cohen, asevera que si bien los medios a lo mejor no tienen éxito a la hora de comunicar al auditorio qué es lo que tiene que pensar, pero sí que lo tienen, y mucho, a la hora de decirle a sus receptores sobre qué tienen que pensar, es decir, los medios pueden establecer la agenda del debate y del pensamiento público.

³¹² McCombs, Maxwell. *Estableciendo la agenda*. Op. Cit. P. 25

³¹³ *Ibíd.* P. 25.

Para Walter Lippmann esas ventanas que abren los medios al extenso mundo que rodea al ser humano, va más allá de la experiencia directa de cualquiera, lo que aventaja a éstos para poder determinar el mapa cognitivo que se hace de la “realidad”, por tanto la opinión pública no responde al entorno “real” sino a un pseudo-entorno construido por los medios.



McCombs, Maxwell. Estableciendo la agenda. El impacto de los medios de comunicación en la opinión pública y en el conocimiento.

Todo lo anterior se relaciona estrechamente con las consecuencias que tienen los noticiarios en la sociedad al crear un pseudo-entorno, en otras palabras genera una visión del mundo que no concuerda o es incompleta frente a la “realidad” de las personas y con frecuencia inexacta, por consiguiente la respuesta y comportamiento del individuo va de acuerdo a ese entorno y no al “real”, como lo afirma el crítico Walter Lippmann.

...cuando los hechos y situaciones de cada día se ven refractadas por la lente profesional de las empresas informativas, el resultado es muchas veces una imagen del mundo, un pseudo- entorno, que en poco se parece a evaluaciones más metódicas de dicho entorno.³¹⁴

De manera que los medios de comunicación exteriorizan una visión limitada de un ambiente de mayor alcance, algo así como un enfoque muy restringido del mundo exterior que obtiene por medio de las estrechas rendijas que, a modo de ventanas, tienen algunas construcciones modernas.

³¹⁴McCombs, Maxwell. *Estableciendo la agenda*. Op. Cit. P. 56.

Existe una gran contradicción, pero ninguna sociedad puede enfocarse en un puñado de temas al mismo tiempo, el recurso de atención ya sea en los medios informativos u otro, es muy escaso; por esta razón la limitación que representa la agenda de los medios informativos parece no estar tan fuera de la realidad y explica el porqué de las restricciones, no obstante esto no justifica que se le dé más importancia a un tema que a otro.

La intención de estas líneas no es entrar en un debate, todo cabe en el ámbito de la subjetividad, lo que para unos es relevante para los demás puede no serlo, entonces la agenda siempre se encontrará encaminada a los intereses políticos, económicos y de poder que los concesionarios tengan.

En lo que respecta a México, el historiador Lorenzo Meyer Cosío comenta en el apartado *Transformar la televisión para construir el México moderno*, la información es poder y en ese sentido pasa a ser un componente central del mismo ámbito político, es así como los medios toman este aspecto fundamental para ejercer control sobre la sociedad.

Meyer asevera que desde tiempos inmemoriales el poder político, los personajes o grupos con poder informal, pero real, mejor conocidos como “poderes fácticos” se han interesado en controlar y entrometerse en la información que llega al individuo común y corriente, antes súbdito, ahora llamado ciudadano.

En el país, el noticiario ha tomado un papel importante en los hogares de la población, en una nación donde el salario mínimo sólo alcanza para cubrir las necesidades básicas de los empleados y sus familias, el único medio para mantenerse informado es el noticiario televisivo.

...la televisión en tanto que propagador de noticias, se hizo extremadamente funcional al régimen para quien la prensa escrita dejó de ser lo más

importante en materia de información política, aunque no por ello dejó de mantener su vigilancia sobre ella.³¹⁵

Este aspecto se arraigó aún más, con el desvanecimiento de la línea que marcaba la diferencia entre la clase media y las demás al contar con un aparato televisivo. Fue así como el grueso de la población al adquirir un televisor, empezó a tomar única y exclusivamente la información política de los noticiarios televisivos y nada más.

Para ese entonces el estado mexicano requería una institución sólida y Telesistema Mexicano sería la empresa que tomaría el cargo, posteriormente los noticiarios fueron ese “organismo” que daría énfasis en los acontecimientos actuales del país.

Funcionaba tan bien la mancuerna, que a pesar de la transición de partido en el año 2000, durante la primera década del siglo XXI, el gobierno no emitió nuevas licencias para canales de televisión, sabiendo que las frecuencias libres permitían el establecimiento de dos o tres cadenas más de televisión.

La complicidad entre sistema político y las dos empresas más dominantes en el país (Televisa y TV Azteca) han mantenido su poder gracias a la impunidad, tráfico de influencias, entre otros aspectos, como se mencionó en un capítulo anterior.

Para ilustrar este argumento, en 2001 la televisora local Canal 40 dedicada esencialmente a la transmisión de noticias, adquirió tal notoriedad que

fue asaltada por un grupo de pistoleros enviados por Televisión Azteca, que, de esa manera, quería cobrarse un adeudo financiero. El gobierno de Vicente Fox no impidió ni sancionó ese despojo de las instalaciones de una televisora

³¹⁵ESTEINOU MADRID, Javier. ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. Et. Al. *La “Ley Televisa” y la lucha por el poder en México*. Universidad Autónoma Metropolitana. México, 2009.

independiente. Tres años más tarde la empresa de Salinas Pliego se apoderó del Canal 40.³¹⁶

La falta de espacios para otra televisora han puesto a Televisa y TV Azteca a través de sus noticiarios seguir generando confianza por medio de códigos socio-culturales. Éstas se encargan de mostrar una “realidad” compleja y al mismo tiempo incompleta, con un escaso análisis del contexto ante una población desinformada gracias a la coordinación de las élites.

Se puede afirmar que los medios de comunicación no se ciñen exclusivamente a expresar lo que sucede, sino que fabrican la “realidad” social y la proyectan en un discurso hecho de enunciaciones y estrategias que se pueden analizar y constituyen el discurso de la información, asevera la licenciada María José Quiroga en la *Revista Latina de Comunicación Social*.

Por su parte la comunicóloga María de los Ángeles Favela Martínez en su obra *El rol de los medios de comunicación en el régimen democrático* comenta que; “no se puede cerrar los ojos ante la realidad de que los medios más importantes están abiertamente ligados a la política, controlan y manipulan al poder. Algunos medios simplemente toman partido y casi hasta toman decisiones por la misma sociedad, es decir, son juez y parte; por un lado representan a la sociedad, manipulan información y deciden por todos.”

En suma los medios de difusión hacen mucho más que configurar la agenda de objetos y atributos que la población tiene en la cabeza; opina Maxwell McCombs en *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios de comunicación en la opinión pública y en el conocimiento*, “al llamar la atención sobre algunas cuestiones, y pasar otras por alto, los telediarios incluyen en las pautas por las que son juzgados los gobiernos, los presidentes, las políticas y los candidatos a un cargo público. A este vínculo entre los efectos del establecimiento de agenda, que da como resultado la relevancia de ciertos temas u otros elementos entre el

³¹⁶TREJO DELABRE, Raúl. *Bajo el imperio de la televisión. Infoamérica, Los medios en países emergentes*. PDF.

público y la posterior expresión de opiniones sobre figuras públicas concretas se le llama preparación del público.”

2.- Agenda Setting

En 1972 McCombs y Shaw propusieron por primera vez la teoría del *efecto agenda setting*, esto significaba una perspectiva distinta a la que se tenía con relación al impacto que tenían los medios de comunicación en la opinión pública. Los dos teóricos decidieron realizar un método empírico para comprobar que los medios incidían de forma importante en la percepción de ciertos temas en la sociedad.

La propia investigación sobre el efecto *agenda setting* demuestra que los medios no sólo imponen como relevantes determinados temas dentro de la agenda pública, sino que también contribuyen en gran medida a la elaboración de “nuestras imágenes del mundo”³¹⁷

Mediante un análisis de contenido de los medios y sondeos a los receptores demostraron que los medios consiguen transferir al receptor una lista clasificada de los “temas” o “problemas” más importantes en el contexto de las personas. “Esta afirmación no era más que un punto de partida que propugnaba revisión de la investigación. Con el hallazgo se confirmaba que, efectivamente, los medios dicen sobre qué hay que pensar”, escribe el profesor Esteban López Escobar en la página web *Communication & Society* ³¹⁸.

Para muchos investigadores, teóricos e intelectuales de la comunicación la teoría de la *agenda setting* es una de las más representativas en la actualidad; en ella se mencionan puntos importantes para comprender hasta cierto punto la incidencia que tienen los medios informativos en la sociedad, pues en dichos postulados se desarrolla cómo las empresas comunicativas ejercen cierta influencia en las personas.

³¹⁷ VALQUI CACHI, Camilo. PASTOR BAZAN, Cutberto. *Capital, poder y medios de comunicación*. Una crítica epistémica. P. 123.

³¹⁸ LÓPEZ, ESCOBAR, Esteban. *Agenda-setting: investigaciones sobre el primero y el segundo nivel*. Recuperado de: <http://bit.ly/1kEnBoG> Consultado el 13-01-15 a las 12:45 a.m.

Desde el punto de vista de la Teoría de la agenda setting, el término agenda se acuña en un sentido metafórico para expresar cómo las agendas o temas considerados relevantes por los medios pasan a ser subrayados también en las agendas de la audiencia. Las personas no sólo reciben información a través de los medios sobre determinados temas o asuntos que ocurren en el mundo y son considerados prioritarios, sino que también aprenden de ellos la importancia y el énfasis que les deben dar.; asevera la doctora Raquel Rodríguez Díaz en el libro *Teoría de la Agenda Setting aplicación a la enseñanza universitaria*

A propósito de la agenda, cabe resaltar que las imágenes que el ser humano tiene en la cabeza, como lo destaca el crítico de medios Walter Lippmann provienen, la mayoría, de los medios de comunicación que destacan ciertas imágenes sobre el mundo exterior y posteriormente son retomadas por el ser humano.

Raquel Rodríguez Díaz profesora de periodismo explica en el libro *Teoría de la Agenda Setting aplicación a la enseñanza universitaria* que hablar de *agenda setting* como anglicismo es referirse al conjunto de temas seleccionados para formar parte de un índice o agenda. En este sentido, lo que plantea la teoría es que los medios cuentan en su haber o seleccionan de alguna forma el índice de temas resaltados que serán traspasados por la agenda de los medios a la pública.



Fuente: Rogers, E. M. y Dearing, J. W. (1988). *Agenda-setting research: Where has it been? Where is it going?* In J. A. Anderson (Ed.), *Communication yearbook*, 11 (p. 555-594). Newbury Park, CA: Sage.

- **Agenda de los medios:** es uno de los puntos a resaltar, aquí se genera la trascendencia que tendrán ciertos contenidos. El número de noticias se

mide en función de la cobertura que se le dio, es decir cuánto tiempo se le dedicó y en qué nivel ocupó en la jerarquización de la información.

- **Agenda pública:** Se contempla el impacto que tuvo determinada noticia en la sociedad con preguntas como: ¿Cuál es el problema más importante al que tiene que hacer frente este país?
- **Agenda política:** También llamada institucional incorpora el tipo de actitudes que adoptan los sistemas políticos, parlamentos y los diferentes organismos sociales que, posteriormente conformarán el tema de debate que permeará en la agenda de los medios y pública.

Para poder establecer una *agenda setting* adecuadamente se deben retomar los componentes primordiales que la conforman: los temas (Issues); la relevancia (Salience) y los temas familiares, cercanos/ temas desconocidos o lejanos.

El efecto de la *agenda setting* depende de una serie de factores como el contexto político, económico, social y cultural en el que se desarrollan las personas y por tanto los medios de comunicación. Aquí entra la llamada la agenda intrapersonal e interpersonal que tengan los individuos; en la primera el sujeto sólo tomará aspectos de la información que estén relacionados con sus preocupaciones; mientras que en la segunda el contenido de interés estará meramente relacionado con hechos cotidianos que sirvan de puente para establecer una conversación con los demás.

Temas	AGENDA DEL MEDIO <i>(por número de artículos aparecidos)</i>	AGENDA PÚBLICA <i>(el problema más importante)</i>
--------------	--	--

Rodríguez Díaz, Raquel. Teoría de la Agenda Setting aplicación a la enseñanza universitaria. A.F Alaminos. Madrid, 2004, p. 21.

Distintos autores coinciden con la idea de que los medios hacen más que establecer la agenda, pues además de seleccionar los temas “importantes”, establecen los parámetros bajo los cuales se van a discutir y valorar, ellos erigen el camino por el cual se va a tratar el hecho.

Marco Carlos Avalos Rosado, profesor de opinión pública redacta en el artículo *La agenda Setting y sus efectos*, que los medios resaltan acontecimientos, personalidades, grupos, etc. para destacarlos sobre el resto. Uno puede observar aquí qué se selecciona y qué no.



Rodríguez Díaz, Raquel. Teoría de la Agenda Setting aplicación a la enseñanza universitaria. A.F Alaminos. Madrid, 2004, p. 21.

3.- Televisa y la creación de un noticiero

El grupo Televisa pronto se dio cuenta de la importancia que tenía su empresa en torno al manejo y difusión de la información. A partir de la llegada de los televisores a los hogares, las personas elegían a éstos como su medio de información, es decir, este aparato se convirtió en sus ojos y sus oídos.

...la elección de un noticiero particular es la elección de un discurso sobre la realidad y su forma de interpretarlo. Esto implica que la creencia de un particular discurso sobre los acontecimientos es la creencia sobre el modo de ver esa realidad.³¹⁹

En los inicios de dicha empresa (1950), se dieron a la tarea de buscar un elemento que les ayudara a estructurar su departamento de noticias, por lo que necesitaban de una persona que tuviera experiencia en el tema.

Un joven de 22 años, egresado de la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional Autónoma de México que contaba con algo de experiencia en radio, redacción de noticias de Cadena Radio Continental, XECM y posteriormente en la estación XEX-AM donde se desempeñó como subjefe de servicios informativos; Jacobo Zabudovsky sería el encargado de producir y dirigir el primer noticiero profesional de la televisión mexicana³²⁰.

Todo comenzó cuando Jacobo conoció en 1948 al Señor Rómulo O'Farril, aquel empresario que compró la estación de radio XEX, donde Zabudovsky era el entonces secretario general del sindicato. En 1950, O'Farril obtuvo la primer concesión para operar el canal 4 y la relación se volvió más estrecha entre ambos.

Entré a la televisión desde que se inauguró el Canal 4 en el piso 13 de la Lotería Nacional, haciendo el primer noticiero. Yo inventé la forma de hacer un script: uniendo lo que hacía en radio con los guiones para cine, pero

³¹⁹PAJONI, Hernán. *La realidad en la Información Televisada*. Revista RE. Año 1, N° 2, enero-julio 2007, 61-80. Argentina, Buenos Aires. 18-7-07.

³²⁰S/A. *Jacobo Zabudovsky*, [www.zocalo.com.mx], Consultado el 20/03/2015 a las 13:03, Disponible en: (<http://bit.ly/180rzVI>)

dándoles más agilidad. Establecí una columna de instrucciones para el director de cámaras, una columna para el que lee el noticiero y algunas otras anotaciones. Ese script, que 62 años después se sigue usando.³²¹

Para 1951, con el surgimiento del canal 2 propiedad de Emilio Azcárraga, y el 5, perteneciente al ingeniero González Camarena, la competencia entre canales inició. Sin embargo, poco duraría ésta ya que en 1955 se concretaría la famosa fusión que dio origen a Telesistema Mexicano.

Cuando don Rómulo se juntó con Azcárraga liquidó gran parte de las cosas, se llevó algunos muebles y algunos empleados que consideró que eran necesarios para el nuevo consorcio; entre ellos estaba yo.³²²

A partir de ese momento comenzó una relación laboral entre el nuevo monopolio de televisión y quien sería en la próximas décadas la figura más influyente del periodismo en el país

En 1952 Jacobo Zabłudovsky desempeñó diversas tareas, como redactor y suplente de noticias. Más tarde Telesistema Mexicano se dio cuenta que era necesaria la creación de un departamento en la empresa que se encargara de recopilar toda la información necesaria para la elaboración de sus programas informativos, creando así la Dirección de Noticias de la cual estaría encargado él mismo.³²³

Posteriormente, se crearon espacios de corta duración y bajo presupuesto. Con la llegada de la emisión Café Matutino, el periodista Jacobo Zabłudovsky estaría ante la oportunidad de conducir un programa de una hora diaria.

Casi veinte años después, en los setentas, surgió el espacio noticioso de mayor peso en el país: 24 horas. En este noticiero no sólo lo produciría y dirigiría

³²¹MARTÍNEZ, José Luis, *No tengo cadáveres en el clóset* [www.milenio.com], Consultado el 20/03/15 a las 13:48, Disponible en: (<http://bit.ly/1xH7oim>)

³²² Ibíd.

³²³ PERAL, Carlos, *Seis curiosidades sobre Jacobo Zabłudovsky*, [www.sexenio.com.ms], Consultado el 21/03/15 a las 2:10, Disponible en: (<http://bit.ly/1xapD4S>)

Jacobo, para este nuevo proyecto él mismo fungiría como conductor. Esta emisión recaudaba la información “más relevante” del día, ya fuera de procedencia nacional o internacional.

Con el paso del tiempo el programa se consolidó, se convirtió en el espacio noticioso más importante del país, no sólo por la calidad de sus reportajes y entrevistas, sino por la cobertura que tenía el canal 2, abarcaba una gran parte del territorio nacional.

La competencia entre noticiarios no era mayor, aunque existían espacios con este tipo de programas en cada uno de los canales al aire, y cada uno tenía su estilo todos los canales recibían los servicios de información a través de la agencia NOTIMEX, excepto el Canal 8, que además era suministrado por INFORMEX.

Mientras que el Canal 11 y el Canal 13 llevan a cabo una política noticiosa declaradamente progubernamental, el programa 24 horas de Javono Zabludovsky, refleja más bien el punto de vista de los empresarios privados en relación con los temas de actualidad política nacional y económica. En su programa que llega a todos los rincones de la República.³²⁴

Karin Bohmann en su libro *Medios de comunicación y sistemas informativos en México* asegura que en el país se le dedica mucho tiempo a los noticieros y que habían adquirido tanta importancia que, en 1982, Canal 13 dedicaba 3 horas diarias a las noticias, mientras que Canal 11 lo hacía 2 horas al día y Canal 2 en 90 minutos. Además de la repetición nocturna de 60 min del informativo 24 horas. Por su parte el Canal 5 daba noticias cada hora y su espacio noticioso era de media hora.

Más tarde Telesistema Mexicano apostó por un proyecto que se gestaba desde hacía tiempo. Jacobo Zabludovsky propuso a sus jefes la creación de un canal de noticias que transmitiera en vivo las 24 horas del día a toda la República Mexicana, Estados Unidos, Centro y Sudamérica, Europa Occidental y el norte de

³²⁴Ibídem.

África. De esta manera surgió en septiembre de 1985: ECO (Empresa de Comunicaciones Orbitales).³²⁵

ECO comenzó con pequeñas inserciones en los canales abiertos de la empresa, se transmitían bloques informativos en el transcurso del día. Para este proyecto la empresa contrató a 200 corresponsales y más de 200 personas que trabajaban localmente en la redacción de noticias y creación de contenidos exclusivos.³²⁶

Después de diez años de estar al aire, ECO pasaría a ser una señal exclusiva de la televisión por cable, por lo que el presupuesto fue reducido considerablemente, los recortes de personal, la repetición de noticias y la llegada de otras señales noticiosas a la televisión restringida hicieron que poco a poco el canal se deteriorara, lo que implicaba pérdidas millonarias para los Azcárraga, fue así que los últimos 18 meses de vida de la empresa generaron una fuga de capital de 408.3 millones de dólares.³²⁷

Debido a la poca rentabilidad económica y a los resultados insatisfactorios en América Latina, Emilio Azcárraga Jean en 2001 decreta el final de ECO argumentando la incompatibilidad de su formato con la televisión abierta.

El trabajo de Jacobo Zabłudovsky se vio envuelto en críticas argumentadas en omisión de información, datos sesgados, ocultamiento de hechos e incluso la tergiversación de situaciones. En una entrevista, el periodista declaró al diario La Jornada el control tan férreo que establecía el Estado sobre todos los medios de comunicación en ese momento.

Eran momentos de una estricta vigilancia por parte de las autoridades, que estaban empeñadas en que ninguno de los medios dieran una información que ellos consideraban excesiva. Nos reducían a nuestra mínima expresión.

³²⁵ S/A. *Historia*, [www.televisa.com], Consultado el 21/3/15 a las 15:44, Disponible en: (<http://bit.ly/1EEbKMp>)

³²⁶ AGUILAR, Roberto, *Eco, un fracaso de Televisa*, [www.eluniversal.com...] Consultado el 21/3/15 a las 16:05, Disponible en: (<http://eluni.mx/1MV1djj>)

³²⁷ AGUILAR, Roberto. *Eco, un fracaso de Televisa*, [www.eluniversal.com...], Op. Cit.

Recuerdo una restricción a nuestras posibilidades de informar. Y cuando digo "nuestras" me refiero a todos los periodistas, no sólo a la televisión.³²⁸

En una ceremonia que le organizó la Cámara de Diputados, se le otorgó la medalla Eduardo Neri en reconocimiento por sus 70 años de actividad en el periodismo, Jacobo dio un mensaje para la sociedad donde mostró arrepentimiento y pidió disculpas por todas aquellas faltas que cometió durante su larga trayectoria:

“Quiero pedir perdón a todos los que ofendí o lastimé o desacredité durante mi larga carrera periodística. Perdón por haberme sometido a las exigencias de la empresa en la que trabajaba, del gobierno al que servía, de los políticos a los que me rendí. Perdón por torcer la realidad. Perdón por no haber contribuido en aquellos desafortunados años a la libertad de expresión que ahora pretendo ejercer con profundo arrepentimiento”³²⁹

Periodistas como Vicente Leñero, fueron duros críticos de su trabajo. Cuestionan la falta de compromiso con la sociedad y con su profesión. En un artículo de la revista Proceso, escrito por el mismo Leñero, describe lo que Jacobo representaba en aquella época:

...el empoderado líder de opinión al servicio de la empresa a la que servía, ligada esta, indisolublemente, a la “presidencia imperial” de un PRI que manejaba al país como si fuera de su propiedad.³³⁰

Otro informador destacado de la época, expresa lo difícil que era hacer periodismo en los noventa, Julio Scherer García relata en su libro *Vivir lo complicado* que fue desempeñarse en aquellos tiempos donde el Estado pretendía controlar a los periodistas y medios de comunicación a través de favores o jugosas cantidades de dinero.

³²⁸ ARCÍA HERNÁNDEZ, Arturo. *Nunca creí que hubiera conjura comunista en 68: Zabludovsky*, [www.jornada.unam.mx], Consultado el 21/03/15 a las 0:31, Disponible en: (<http://bit.ly/1HemmVI>)

³²⁹ LEÑERO, Vicente. *La conversación de Jacobo Zabludovsky*, [www.proceso.com.mx]... Op. Cit.

³³⁰ *Ibidem*.

Al respecto Zabludovsky argumenta “Eran, efectivamente los tiempos de la información unificada, pero eran también los tiempos de la riqueza a manos llenas para algunos informadores”.

La cercanía de Televisa con el gobierno se hizo evidente, a tal grado que cómo ya se mencionó Emilio Azcárraga Milimo declaró: “ser soldado del PRI y del Presidente significaba entonces, entre otras cosas, la subordinación total del contenido de los noticieros de Televisa a las necesidades políticas del régimen hasta llegar a la desinformación.”

Para el Doctor Lorenzo Meyer esta relación de subordinación fue muy benéfica para la televisora, y no sólo por el crecimiento de la misma, sino que le permitió acumular gran poder a nivel social, sobre todo en épocas electorales donde la gran mayoría se informaba e informa de política mediante la televisión.³³¹

Para Julio Scherer la figura de Jacobo Zabludovsky, fue quien *centralizó uno de* “los mayores vicios de las dictaduras: la libertad de expresión dictada desde el poder”³³², era él la única figura autorizada por el Estado con quien, siempre había disposición de comunicarse; el único acreditado para difundir los mensajes del gobierno fue Jacobo Zabludovsky.

Por mucho tiempo existió la censura hacia medios de comunicación y periodistas opositores al régimen, difundir una idea contraria a la que los poderes constitucionales y facticos establecían era un reto por demás complicado, lo cual ponía en una situación incómoda a los concesionarios e informadores. Y no fue sino hasta que existió una transición democrática en el poder, es decir, el cambio de partido (PRI-PAN), que se abrió paso a una pluralidad y libertad de opinar, asegura Zabludovsky.³³³

³³¹ MEYER, Lorenzo. *Ya no es lo que fue: el Estado*, [www.lorenzomeyer.com.mx]. Consultado: 21/3/15 a las 2:26, Disponible en: (<http://bit.ly/1Bgj3VY>)

³³² SCHERER GARCÍA, Julio. *Vivir*, Ed. Grijalbo, [books.google.com.mx] Disponible en (<http://bit.ly/1IcDijw>)

³³³ ZABLUDOVSKY, Jacobo. *México secuestrado* [www.eluniversal.com.ms]. Consultado el 21/3/2015 a las 20:34, Disponible en: (<http://eluni.mx/1EA9MtR>)

Este país era otro donde no nos podíamos expresar con toda la libertad que hubiéramos querido, más o menos, pero era poco el espacio que quedaba a tu criterio, para todos los periodistas, cada de acuerdo a su medio y su postura; comentó el periodista Jacobo Zabłudovski en entrevista para el programa *Pantalla de cristal*, producido por Canal 22 y conducido por Elvira García en 2012.

Según palabras de Zabłudovsky, en aquel entonces el Partido de la Revolución Mexicana (PRI), tenía un poder absoluto que le permitía mantener el control del país, ya que

controlaba todas las dependencias del gobierno y los tres poderes legislativos, y no sólo eso, también controlaba los poderes fácticos, es decir, sindicatos, iglesia, agrupaciones de empresarios, la comunicación de las escuelas, los periódicos.³³⁴

Para enero de 1998 Televisa buscaba darle un giro a la sección de noticias y refrescar la imagen de la misma. Emilio Azcárraga Jean tomó la decisión de cambiar de conductor y dejar al periodista Guillermo Ortega al frente del noticiario que por más de 27 años había presentado Jacobo Zabłudovsky.

Para el 20 de enero del mismo año Guillermo Ortega condujo su primer programa como el titular de *Noticieros Televisa*, sin embargo, y para sorpresa de muchos el tiempo que se mantuvo al frente del noticiero fue corto, ya que el 31 de marzo del 2000 se despediría del espacio argumentado “el fin de una etapa”. Así, nuevamente este espacio sufriría una transformación al contar con la llegada de un nuevo conductor.

El 3 de abril del 2000 hizo acto de aparición Joaquín López Dóriga, ocupando el puesto que dejó vacante Ortega. Desde ese año hasta nuestros días es el conductor del principal noticiario de la empresa Televisa. Quien recientemente cumplió 15 años en el cargo.

³³⁴ *Pantalla de cristal*. [Documental] producido por Canal 22. Conductor: Elvira García 2012, 83 min.

La influencia de los comunicadores en México con respecto al sistema político es tan fuerte que, en febrero del 2015 a petición del periodista Joaquín López Dóriga retiraron un spot televisivo del Partido de la Revolución Democrática (PRD) que utilizaba su imagen.

López Dóriga argumentó que se utilizó su imagen para calumniarlo con respecto a la desaparición de los 43 normalistas de Ayotzinapa; por lo que magistrados del TEPJDF decidieron fallar a favor del trabajador de Televisa, aclarando que lo hacían porque representaba un exceso por parte del PRD al utilizar la imagen de Dóriga, sin embargo eso no significaba que se haya incurrido en una calumnia, como declaró el titular del noticiero nocturno principal de Televisa.

Preocupa el temor del INE ante el poder de Televisa”, me dice el maestro Eduardo Huchim, especialista en temas electorales, sobre este asunto. Tiene razón Huchim: el viernes se quejaron Televisa y López-Dóriga, y el sábado, la Comisión del INE resolvió la petición. En tiempo récord.³³⁵

Por otra parte, cinco meses después, el 2 de julio de 2015 muere el periodista más influyente de los informativos televisivos de la década del régimen autoritario priista: Don Jacobo Zabłudovsky, el fallecimiento dio paso a revivir viejas y nuevas críticas con respecto a su persona, dejando claro la trascendencia de su labor y la incidencia en el auditorio en aquellos años donde gobernaba el PRI.

La revista Proceso en un reportaje especial redactado por el finado escritor Julio Scherer García, plasma fragmentos de lo que narró en sus libros *Vivir*, *La terca memoria* y *Estos años*, donde declara que “la unión entre el gobierno y los medios de comunicación demostraban que existen los matrimonios perfectos. Jacobo Zabłudovsky representaba la verdad oficial que se admite porque no hay manera de recelar de un hombre con las altas virtudes inmanentes de nuestros gobernantes.”

³³⁵MORENO, Martín. López-Dóriga: nuevo presidente del INE. Sin Embargo. 14-01-15 Disponible (<http://www.sinembargo.mx>) Consultado [<http://bit.ly/1u4mceP>] el 16-7-15 a las 14:25 p.m.

El deceso del periodista Jacobo Zabłudovsky fue tema para un sin fin de artículos periodísticos, fragmentos de libros, crónicas, entrevistas, entre otros escritos, que hacen referencia al papel determinante que jugó la imagen del comunicador en aquellos tiempos, que sin duda no podrán ser remplazados por ninguna circunstancia. Para muchos la voz oficial del partido hegemónico (PRI) en la televisión fue parte importante de la historia no sólo en los medios de comunicación sino del país.

Finalmente como expresaba el teórico Maxwell McCombs: a pesar de las teorías que sustentan el uso de una agenda, ya sea la de los medios informativos o *setting*, hay algunos periodistas que niegan cualquier tipo de influencia del establecimiento de agenda sobre el público, ellos dicen: “sólo damos las noticias de lo que pasa en el mundo”; a lo que algunos críticos asumen una idea similar al expresar que el establecimientos de agenda sólo responde al entorno.

En muchos países, la totalidad o la mayor parte del servicio televisivo está controlada hasta cierto punto por el gobierno, mientras que casi universalmente los diarios se hallan en manos privadas. Ésta es una situación que puede rebajar la credibilidad de los informativos de televisión.³³⁶

³³⁶McCombs, Maxwell. *Estableciendo la agenda*. Op. Cit. P. 103.

4.- Incidencia del noticiero en la percepción del contexto político, económico y social

La realidad imita a la tele.

Eduardo Galeano

Los informativos televisivos como ya se desarrolló a lo largo del capítulo, tienen distintos resultados en el ser humano, muchas veces esto depende del contexto en el que se desarrolla el hombre. El ambiente no impide o justifica los efectos de la información presentada a través de la pantalla, pues de que existe una influencia por parte de los medios en la opinión pública existe.

Algunos teóricos se han dado a la tarea a lo largo del tiempo de investigar cuáles son las consecuencias de ver y escuchar información por medio de un programa de noticias, algunos manifiestan que

la exposición a los informativos de la televisión local están estrechamente vinculados a la designación de la delincuencia como un importante problema y tiende a cultivar la imagen de un mundo relativamente malo y peligroso.³³⁷

Esto no significa que actualmente toda la información que se presenta en la televisión se aparte de la “realidad”, sin embargo, sí es fragmentada. Muchas veces los medios inciden en la forma en que se asume la “realidad” del contexto local, nacional e internacional, dando paso a la enajenación o a lo que la escritora Naomi Klein llama la doctrina del shock, o produce una espiral del silencio como lo propone la politóloga Elisabeth Noëlle-Neumann.

Las imágenes que las personas crean en la cabeza tienen muchos orígenes, de entre las diferentes fuentes del conocimiento se encuentra en los primeros lugares los medios de información, es de esa manera que el ser humano tiene un conocimiento del mundo que le rodea, en consecuencia la comprensión del

³³⁷Ibid. P. 66.

pasado histórico parte de los datos que se exponen en las pantallas, la mayoría de ocasiones.

La poca información que tiene el sujeto falto de educación sobre el medio ambiente, la educación o la salud se debe a la agenda que tiene el medio de comunicación que ve. “La educación presenta el efecto conjunto de aumentar la atención de los individuos a los medios informativos y de sensibilizarlos a una gama mayor de temas de los que aparecen en las noticias”.³³⁸

Todo encaja, el comportamiento social dependerá de una serie de factores encadenados, pues la memoria histórica de una población obedecerá al tipo de medios a los que tenga acceso, ya sea de comunicación, pero sobre todo educativos o de lectura, éstos guiarán la conducta del individuo.

Después de todo (...) las pruebas de la influencia como fijadores de agenda... cubren una gran variedad de situaciones en términos de geografía, periodos históricos, escenarios políticos, diversidad temática...³³⁹

En este tema, la educación juega un rol determinante, sin ella los medios de comunicación seguirán defendiendo los adjetivos que los críticos, instituciones, intelectuales y hasta la misma sociedad le han designado, por ejemplo el cuarto poder.

Al mismo tiempo, el politólogo Samuel Popkin reconoce que incluso las personas de educación superior, raramente poseen un conocimiento detallado y profundo de los temas de interés público:

es verdad que las personas con niveles superiores de educación leen la prensa y discuten las noticias más a menudo con su familia, los amigos y los colegas del trabajo, pero el resultado principal de esta actividad, es que las personas educadas poseerán información limitada sobre una gama mayor de temas, que

³³⁸McCombs, Maxwell. *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios de comunicación en la opinión pública y en el conocimiento*. Ed. Paidós, Reino Unido, 2006. P. 90.

³³⁹Ibid. P. 101.

incluyen acontecimientos nacionales e internacionales, que quedan lejos de su experiencia cotidiana.³⁴⁰

Mientras menos acceso a la educación tengan las personas en México, programas como los informativos noticiosos seguirán siendo la fuente histórica de una nación, además de contribuir a la enajenación y como lo llama Lipmann a crear un pseudo-entorno fragmentado de la “realidad”.

La televisión mexicana haciendo uso de un poder desmedido promueve entre otras cosas: La desinformación, la manipulación, el linchamiento político, el caos y la histeria masiva para obtener beneficios, es promotor de la mentira y “verdades” oficiales, encubridores de las masacres y represiones del gobierno hacia el pueblo, promueve el racismo, el clasismo, es corruptor de la democracia y la política.³⁴¹

Finalmente la comunicación de masas es una transacción entre un miembro individual de la audiencia y el mensaje mediático, es una transacción en la que las diferencias entre los individuos pueden parecer primordiales; de alguna forma, el impacto de la comunicación de masas constituye un gran cumulo de experiencias personales que se solapan, pero que no son idénticas, asevera el autor de la agenda de los medios informativos.

³⁴⁰ POPKIN, Samul. The Reasoning voter. En McCombs, Marxwell. Estableciendo la agenda. El impacto de los medios de comunicación en la opinión pública y en el conocimiento. Ed. Paidos, Reino Unido, 2006. P. 87.

³⁴¹ S/A. *El poder fáctico de la televisión en México*. (<http://bit.ly/1LL4t39>). En Ricaurte, Paola. *Televisa, el gigante de los medios en México*. Disponible en (<https://mediosfera.wordpress.com>) . Consultado [[http://bit.ly/1G\]xtFa](http://bit.ly/1G]xtFa)] el 2-7-15 a las 15_19 p.m.

Entrevistas

5.-Una reflexión acerca de la función social, política y empresarial de los medios de comunicación y sus noticieros

¿Qué pasa después de que se tiene conocimiento de cómo se produce, organiza y jerarquiza la información para atraer la atención de los espectadores hacia un noticiero?

Quedarse en el plano de la teoría es interesante cuando no se requiere un análisis acerca de una situación real en especial, sin embargo, para fines de esta investigación los argumentos para sustentar una tesis como la que se plantea es de vital importancia contar con argumentos basados en la realidad del país y del momento por el que pasa, siendo necesario recurrir a personas o especialistas que tengan una noción más cercana de lo que los medios de comunicación, en especial la televisión por medio de sus informativos generan en la sociedad con los datos que transmiten.

Productores de Televisa y canal 22, el reportero de La Jornada Roberto Garduño y del Grupo Imagen, así como una especialista en comunicación política la doctora Carola García, dan un análisis de la importancia que tienen los noticieros, el manejo de la información y la relación que existe entre medios de comunicación y sistema político, los cuales inciden de manera importante en la percepción y comportamiento de la sociedad mexicana con respecto a su contexto político, económico y social. Siendo lo anterior, un factor entre muchos, de la poca participación que existe por parte de los mexicanos con respecto a la situación moderna en la que está el país.

2015 ha sido, como muchas otras épocas, indispensable para entender la historia de la República Mexicana. Se debe tomar en cuenta que el desarrollo de lo que ahora es, en parte la sociedad y su participación con respecto a los hechos

actuales, tienen que ver con el desempeño del Estado, los medios de comunicación, la economía y por supuesto el manejo, descripción y difusión de los hechos en los noticiarios.

Ninguno de los informantes deseó que se hiciera uso de su nombre, sin embargo, para que se entienda cuál es la participación de cada uno de ellos, en el presente apartado se utilizarán el puesto que ocupan para obtener un mejor entendimiento de la información.

Para todos los entrevistados el desinterés por parte de la sociedad se debe a múltiples factores, no se le puede culpar sólo a los medios y mucho menos a la televisión la apatía por parte de los ciudadanos, pues esto sería quedarse en un punto errado, cuando lo que se vive en el país depende de mucho más aspectos.

1.Desinterés por parte de la sociedad se debe a:

Roberto Garduño de La Jornada comenta:

A diario se maneja una estrategia en los medios de comunicación y en los partidos políticos que opera a favor del sistema y genera desinformación por parte de la sociedad a diario. A nadie conviene un pueblo o sociedad informada que cuestione, porque si fuese así, no sólo este gobierno ya hubiera caído, sino también los cinco anteriores, entonces si hay una desinformación permanente que repercute en el desinterés de las personas.

1.Desinterés por parte de la sociedad se debe a:

Mientras que el reportero de Grupo Imagen asevera:

Siento que la sociedad ha dejado la participación grupal porque no les afecta de forma directa, cuando les afecta de forma directa alguna situación, entonces en ese momento hay una tremenda explosión colectiva. Pero eso sucede sólo cuando les interesa, en el momento que les afecta; lamentablemente antes no hacen

nada. No somos una sociedad muy altruista sobre todo aquí en el Distrito Federal, es una ciudad tan grande que el individualismo impera.

Los gobiernos implementan algunas políticas públicas para tener contenta a la sociedad que se encuentra inconforme con la clase política. Hay que tomar en cuenta que una parte importante de la sociedad mexicana son los jóvenes y el gobierno pone en marcha programas para ganar la confianza de los jóvenes y con ello apaciguar que ya subieron el predial, el agua a la gasolina, la luz, es una forma de mantener a una parte de la población realmente importante entrecomillas contenta.

1.Desinterés por parte de la sociedad se debe a:

Por su parte el productor de Canal 22 expresa:

Es una cuestión de educación, concretamente con los sistemas educativos que tenemos ahorita en el país, porque no enseñan a la gente a leer, a continuar con cierto tipo de lecturas. Considero que es un problema de educación de lo que reciben los niños desde la primaria y hasta nivel profesional, porque en realidad la gente no busca, no tiene el interés de buscar información, no se le inculca esa práctica.

Hice la mención de los sistemas de educación que tenemos en México, porque realmente no son los mejores, no tenemos profesores bien preparados, que estén capacitados para compartir conocimiento, se apegan a un sistema de enseñanza que diseñó el mismo gobierno, evidentemente no ha rendido resultados.

1.Desinterés por parte de la sociedad se debe a:

El productor de Televisa manifiesta:

Creo que el principal problema es que no vemos que se castiga a la gente, por ejemplo los casos de corrupción, las casas, injusticia, fraude y no se ve que haya

sanción, entonces la sociedad piensa para qué informarse de algo que no tiene alguna consecuencia, no pasa nada al final de cuentas.

Cuando ves una nota en el periódico o en un noticiero de la tele, queda en meros dato, no pasa nada, no hay ninguna condena que realmente diga que se está impartiendo justicia en México. La información transmitida es un reflejo de todo lo que hay, la descomposición puede ser desde un bolero hasta el presidente, la corrupción es muy generalizada, está muy cabrón.

El desinterés político, parte de lo anterior. En el 2000 o en 2006 cuando López Obrador, nadie pudo asegurar si hubo o no fraude, pero había esa sensación, al final de cuentas no pasa nada, regresamos a lo mismo.

Aunque haya manifestaciones, reclamos, bloqueos, no pasa nada, toda la gente empieza a sentir que su voto no cuenta, que no tiene sentido participar.

El problema de la clase política mexicana es que todos actúan igual, sea del partido del color que sea, todos son igual, todos tranzan, todos roban, todos tienen sus negocios por abajo del agua beneficiándose de los cargos que desempeñan, al final de cuentas creo que todos los calificamos de rateros, eso es un problema, esta pinche, porque todos pensamos lo mismo, no hay en quien confiar, sólo confiar en ti y en alguien de tu familia y eso quien sabe.

1.Desinterés por parte de la sociedad se debe a:

La especialista en comunicación política Carola García dice:

Cada que se presenta un escándalo político es magnificado, los medios poco muestran acerca de las participaciones acertadas de algunos políticos, en gran medida reproducen mucho de lo que hacen los políticos, el problema es que lo muestran como si la clase política fuera la misma o igual.

Yo mencionaba en alguna ocasión el ejemplo cuando se habla del (sic) desafuero de López obrador, si la sociedad viera las transmisiones del Canal del Congreso, observaría que hay muy buenas intervenciones, de muy buen nivel, pero eso no ocurre, entonces que es lo que ve el individuo en las noticias, los momentos espectaculares, donde a la mejor hay una confrontación entre quienes tienen puntos de vista opuesto.

Nadie ve el canal, salvo los analistas de medios, porque ni siquiera creo que los propios políticos o diputados se la pasen viendo todas las sesiones. Existe la oportunidad de quien se quiera informar sobre política seguir el Canal del Congreso, La gente se informa a través de la televisión, y ahí tienes, la encuesta de cultura política de la Secretaría de Gobernación, todavía en 2012 dice lo mismo las personas se están informando a través de la televisión y los datos de la televisión son fragmentados, incompletos, con los sesgos que acostumbra a tener.

Es un país donde hay bajo tiraje de los periódicos, en comparación con la población; las revistas políticas aunque puedan llegar a tirar, como Proceso, un buen número de ejemplares, sin embargo es un segmento muy reducido quien la consume.

La gente común y corriente, escuchan la radio, no se informan a través de los periódicos, porque la información del periódico lleva otro ritmo, otro tiempo, lleva mayor posibilidad de comunicar cosas, todo lo contrario a la información que se emite por televisión; ésta es fragmentada, puedes encontrar una nota en el noticiario de lo más sensacional, mezclada con otras notas.

Bastaría hacer cualquier análisis del noticiario López Dóriga, ahí tienes desde la entrada que tiene que ser atractiva, eso es lo que se va a presentar hoy, van las imágenes, mientras más espectaculares mejores, después van las notas, pero así como puedes tener a Peña Nieto casi siempre inaugurando o diciendo unas palabras en algún acto oficial, hay noticias de narcotráfico, seguidas de algún acontecimiento relacionado con la Selección Mexicana, más si anotó el chicharito.

Entonces tienes esta cultura mosaico, en las notas va todo mezclado, esto implica que la información va como espectáculo, tiene que ser espectacular porque el modelo televisivo así nos ha acostumbrado. Y la gente pide una dosis de morbo, de escándalo, de burla, no una información razonada con mayores argumentos. Entonces si agarras a Javier corral, se lo llevan al alcoholímetro, va estar Javier corral como nota, independientemente de las participaciones que puedo tener en la posición que ocupa en el Senado.

Por supuesto que si la mayoría de la población, cerca del 60%, se está informando con la televisión, la gente va formando, no hoy, sino desde tiempo atrás una percepción negativa de la política. Además la gente dice en la vida cotidiana “ya no quiero saber nada de política, no voy a votar porque todos son iguales”. Vas creando a lo largo del tiempo un desencanto de la política que corrobora mucho lo que sucede con la realidad.

La gente piensa que la política es sucia, mejor no meterse porque los políticos se enriquecen, a la gente le va muy mal, lo único que queda es el desprecio por ellos o cuando mucho ir a votar. Dentro de esta cultura política la gente cree que la participación en la vida política y su deber de ciudadano se reduce a votar o a despreciar el sistema político para demostrar que están enojados, lo cual no sirve tampoco para nada.

La otra parte, no hay una idea real de que el ciudadano puede exigir cuentas, estar vigilando al político por el que votó, todo se reduce a la idea de pensar que la democracia sólo es votar y la vida política es ajena. La sociedad piensa la política como una forma de enriquecimiento, porque las años del PRI eran eso y los panistas no modificaron cuando se podía haber esperado nuevas formas de hacer política. Ahora resulta que fue la misma cooptación del sindicato, la misma repartición de despensa que estamos viendo hoy en día.

Por supuesto que hay desapego, hay un malestar y un enojo, por supuesto que hay esa percepción, no solamente es reforzada por los medios, uno aprende desde la casa: “esos políticos son unos rateros”, quizá le haces más caso a los padres que al locutor de la tele, pero si en ambos sitios te dicen lo mismo, seguro hay algo de cierto. Los jóvenes van a decir yo no voto, no quiero ser como los políticos, voy a ir apedrear Palacio Nacional.

1.2. Hablando de la figura del ciudadano, es indispensable hacer la diferencia entre ese término y la del sujeto.

La doctora Carola García dice:

La figura del ciudadano es una figura jurídica, y el sujeto es un sujeto por sí mismo, pero cuando hablas de un ciudadano se hace referencia a los derechos, a las obligaciones.

Por ejemplo, en la cuestión de género cuando se hizo la declaración de los derechos del hombre no había igualdad entre hombres y mujeres, no se les otorgó el derecho de voto las mujeres, ahí ellas estaban por debajo de la condición del ciudadano. En ese momento aunque existieran sujetos o como ahora dicen las feministas sujetas, antes de que pasara eso no tenían pleno derecho ciudadano como los hombres, entonces la figura del ciudadano es claramente constituida en términos de a que edad se es ciudadano.

2.- Regresando al tema de los medios, se les preguntó si éstos y en especial la televisión son capaces de incidir en la apreciación que tiene el sujeto de su entorno y si esto deriva en el desinterés social.

La especialista en comunicación opina:

Hay una plena discusión sobre ello, nunca he visto estudios donde se diga hasta qué grado incide la televisión, pero yo te podría decir que no lo es todo. La gente

no responde en automático a la televisión, como decía a lo mejor le hace más caso al papá que a la televisión.

Las actitudes de las personas no sólo se basan en lo que se ve en los medios, las ideas se refuerzan con la publicidad, con la gente con la que convives, entonces esta serie de factores te llevará a realizar alguna acción en específico.

Los medios te presentan la política como algo ajeno, donde las personas no toman decisiones y no tienen nada que ver, aparte de decirles, mira que hacen con nuestros impuestos, mira lo mal que se portan.

Las personas piensan que son unos pobres ciudadanos, que no tienen decisión y corroboran con la idea que difunden los medios, así es como se va gestando el desapego, al decir “qué bueno que no soy político, aunque en el fondo me gustaría serlo por los beneficios económicos que tiene”. La televisión no es un factor determinante para que la sociedad vea de una manera distinta la realidad en la que se mueve, sin embargo, sí es un punto clave; en un ambiente que le da coherencia a esa enajenación política, los ciudadanos se creen de ello.

Roberto Garduño de La Jornada plantea que:

La televisión es capaz de incidir, modifica la realidad, no una realidad virtual. Cuando se cambia la información que conllevan las noticias, como ocurre a diario, se modifica la misma realidad que produce esas noticias ¿por qué? porque el ciudadano tiene percepción y todos nos movemos de acuerdo a la percepción inmediata que tenemos de los hechos, si ocurre una tragedia y a mí, oportunamente para el gobierno, se me entrega la información que conviene al gobierno, ya sea como lector o televidente, voy a recibir una reseña tergiversada que va a operar en el desarrollo de esa noticia en las próximas horas o días.

Cuando se informa de un suceso, como puede ser una tragedia en la que este involucrado el gobierno, éste actúa de manera inmediata y opera esa información,

la triangula y a mí se me da el producto que el gobierno quiere a través de los medios, entonces mi percepción no se va a poder transformar de acuerdo a lo que realmente sucedió, sino al primer mensaje que recibí de éstos.

El primer dato que se nos da en una noticia, es el mensaje que encuadran y sobre él se va elaborando el desarrollo o progreso de esa misma nota, por eso todos los medios y todas las instituciones del Estado tienen sus oficinas, sus cuartos de guerra como se les dice ahora, en la que elaboran los mensajes que se quiere.

Por ejemplo, el caso de los 43 estudiantes de la Normal Rural de Ayotzinapa que fueron levantados y secuestrados, esa noticia, esa información agarró al gobierno dormido, fue una noche, no supo operarlo y al día siguiente ni siquiera supo operarlo, qué fue lo que lo detonó, la información de las redes, por eso el gobierno prácticamente lleva ocho meses sin resultados y no lo va hacer. Esto es el Watergate, es el hecho convertido en noticia que el gobierno no pudo controlar.

El caso Tlatlaya, aunque fue posterior, el gobierno respondió dos meses, entonces obviamente en el actual gobierno lo que ha fallado ha sido la estructura de control de la información, eso es lo que ha fracasado.

Hay mucho dinero para los medios y se está gastando demasiado, mucho más de lo que seguramente el gobierno pudiera gastar, pero al gobierno no le queda alternativa o lo gasta para más o menos sortear los golpes o esto se va a volver un caos informativo, porque recuerden que los medios son medios canallas, me das te apoyo, me das te cuido, me das te respaldo, no me das te apuñalo, así es.

2.- Regresando al tema de los medios, se les preguntó si éstos y en especial la televisión son capaces de incidir en la apreciación que tiene el sujeto de su entorno y si esto deriva en el desinterés social.

El reportero de Grupo Imagen comenta:

Se necesita tener muy poca cultura para que una persona tenga la televisión como una fuente distractora y olvidarse de los problemas cotidianos, si es factible, para eso es la televisión, para entretener, para distraer, tú llegas cansado del trabajo, sintonizas tu programa favorito y te olvidas un poco del trabajo de los problemas y de mil cosas, entonces ya no te sientes tan mal. Pero la televisión no te va distraer a tal grado, si tienes un poco de raciocinio y un poco de cultura, de olvidar de todo por completo.

2.- Regresando al tema de los medios, se les preguntó si éstos y en especial la televisión son capaces de incidir en la apreciación que tiene el sujeto de su entorno y si esto deriva en el desinterés social.

El productor de Canal 22 asume que:

Yo creo que si es distractora, pero no es el factor clave, son varios los factores, es multifactorial esa cuestión de no prestar demasiada atención a las necesidades que tiene la misma gente.

México, hay muchos "Méxicos". Mis necesidades no pueden ser exactamente iguales a las tuyas, hay variaciones en la cuestión económica, en la cuestión cultural, simplemente por gustos, la televisión si es uno de los factores para que no haya, para que exista esa cortina de humo; por ejemplo los partidos de fútbol, el tipo de películas que transmiten en la televisión abierta, específicamente lo que transmiten Televisa y TV Azteca, qué tipo de programación, no es que la televisión este mal porque sirva para entretener, pero no todo el tiempo.

El meter las películas de Cantinflas, como la de El barrendero o El padrecito cuando era el Cantinflas institucional, con la idea de pórtense bien muchachos porque si no, de alguna manera te están tratando de decir que tienes que guardar cierto respeto hacia las instituciones.

Si es un distractor, pero si esa es la intención no cubre a cabalidad con ese propósito; no creo que tenga tanto poder, en los tiempos que estamos viviendo ya hay otros medios para comunicarse, está el Internet, también hay que tomar en cuenta cuántas personas tienen acceso a este servicio de internet. Si puede la televisión ser un distractor de decir, hoy no tengo lo suficiente para comer, pero estas viendo la película y finalmente se te puede “olvidar”, pero el problema allí está y al otro día te vas a enfrentar a ello.

2.- Regresando al tema de los medios, se les preguntó si éstos y en especial la televisión son capaces de incidir en la apreciación que tiene el sujeto de su entorno y si esto deriva en el desinterés social.

Productor Televisa:

Sí, definitivamente, cuando alguien te dice una mentira mil veces se convierte en una verdad, si todos los medios al final son guiados por una línea dictada por el gobierno y te dicen esto pasó así y así, entonces la gente dice paso así.

Qué paso con los desaparecidos de Ayotzinapa, hay una línea que dijo el presidente esto es lo que pasó, Murillo Karam lo reafirma, por ende los medios no se salen de esa línea, la gente empieza asumir, aunque lo dude, que así pasaron los hechos.

3.- Pero si la sociedad no ve en la televisión algo parecido a su contexto cotidiano, por qué aún así, sigue siendo un medio con mucha incidencia en el país.

A lo que el productor de Televisa comenta:

Mientras la gente no lea, no vaya a la escuela, no se eduque, difícilmente va a tener otra forma de pensar la vida, cuando su máximo en el día es llegar a la casa y ver la telenovela, penosamente vamos a poder tener una visión crítica mientras

no nos eduquemos, a pesar de que la realidad con la que se convive no empatiza con la de la televisión.

3.1.- Un elemento que también podría explicar el impacto de ese medio en México es el alto grado de índice de población que solamente tiene acceso a la programación abierta, pero... qué tan bueno o malo es el papel que desempeñan, a lo que los interrogados expresaron.

Roberto Garduño de La Jornada:

Lo voy a decir francamente, la televisión abierta y no abierta, [y] la de cable es el cáncer de este país. La televisión abierta consume los productos de la televisión privada y finalmente la televisión privada se resume a programación estadounidense, se retroalimentan. Para mí la televisión, puede ser una afirmación demasiado radical, pero como lo dije es el cáncer de este país.

Quiénes creen que son los estrategas o responsables de llevar al país en la situación en la que está, las televisoras del gobierno. Éstas tienen una estructura ideológica, tienen intereses, por ejemplo Televisa tiene un fuerte de asesores, un cuarto de guerra que incluye escritores, filósofos, sociólogos, literatos a los que les paga muy bien por crear contenidos.

Televisa no actúa en ningún momento y ninguna televisora nada más porque se les ocurre, pasan filtros, es un filtro muy importante porque es una estructura ideológica. Los contenidos se construyen tanto para deportes, telenovelas, Programas de revista, noticias, series que nos presentan como las grandes novedades con todo una carga ideológica.

Todo está perfectamente estructurado, todas esas cosas tienen una razón y la razón es la que atiende a la tesis de ustedes; en cómo los medios en lugar de crear conciencia, genera ignorancia y desinformación, así es todo. Los medios y el

gobierno obviamente tienen su cuarto de guerra. Aunque paradójicamente el gobierno debería estar trabajando en ese aspecto, pero por lo mismo son tan dependientes a las grandes televisoras y otros medios.

3.1.- Un elemento que también podría explicar el impacto de ese medio en México es el alto grado de índice de población que solamente tiene acceso a la programación abierta, pero... qué tan bueno o malo es el papel que desempeñan, a lo que los interrogados expresaron.

Productor Canal 22:

A mí me parece nefasta por los contenidos que transmiten en general, porque aunque exista una televisión cultural, que es donde trabajo, el auditorio que lo ve es un grupo muy reducido.

3.1.- Un elemento que también podría explicar el impacto de ese medio en México es el alto grado de índice de población que solamente tiene acceso a la programación abierta, pero... qué tan bueno o malo es el papel que desempeñan, a lo que los interrogados expresaron.

Productor Televisa:

La función de entretener la cumple bastante bien, sin embargo debiera haber mejores contenidos. Creo que la apuesta de los medios de comunicación convencionales, como la tele o la radio, tiene que estar enfocados hacia las redes, ese es el futuro, donde la gente se va a dirigir.

La televisión como tal, creo en diez o quince años va a desaparecer, considero que los medios se están quedando atrás, en cuanto a los contenidos que proponen, eso va a quedar obsoleto, basta ver blogeros que tienen millones de seguidores, a veces tienen unos contenido terribles, estupidísimos, pero también hay gente muy inteligente, entonces es buscar y que la gente no se quede con lo

que le ofrece el canal 2 o el canal 13 o incluso el 22 y el 11 por que son propuestas culturales, pero a veces es bastante cuestionable, pienso que la gente tiene que empezar a escoger o a buscar otros programas en otros medios, la televisión abierta, suele ser muy mala.

El papel de los medios es mediocre, la televisión mexicana es muy mediocre en comparación de otros países, bueno en comparación con países de primer mundo, porque en cuestión de países más atrasados que México, esta chida no.

4.- En esta misma vertiente qué piensan con respecto a aquella frase de “los medios son el espejo de la sociedad” es válida o no.

La doctora Carola García:

En alguna medida sí, en otras es el reflejo de lo que son los dueños, porque no se debe olvidar que hay un proyecto determinado de quienes tienen los medios, de tener una ideología en el sentido más amplio del término ideología, de que la gente piense tal o cual manera.

Yo digo que este país es una república de telenovela, por qué, porque la gente lleva 65 años acostumbrada a ver telenovelas, no es ajeno que el mexicano tenga una concepción melodramática de la vida; entonces hay esta amplia tradición de ver la vida como sufrimiento como esperanza, como recompensa, se va reproduciendo generacionalmente, no todo es culpa de los medios.

Los medios se tienen que adaptar a la sociedad y a los cambios que ésta sufre a lo largo del tiempo. Sin embargo, la cultura de resignación del mexicano hace que los medios hagan productos que nada tienen que ver con el contexto actual y como el sujeto no reclama, entonces los medios hacen lo que quieren.

No sólo se ve en el ámbito de los medios, sino en el político, a pesar de la situación poco favorable en la que se encuentran los mexicanos, ellos parecen no estar inconformes, no reclaman.

La frase de González Iñarritu “tenemos el gobierno que nos merecemos”, nos tendría que hacer pensar si en verdad somos tan malos como para merecernos este gobierno o tenemos que cambiar ese gobierno que es el que no nos merecemos. Aunque la situación muchas veces no cambia porque la gente piensa: “ni modo nacimos en México, si hubiéramos nacido en Estados Unidos sería otra cosa”.

La ideología construida a través de la información que nos dan los medios de comunicación, la iglesia y la escuela es la que ha conformado el pensamiento de los mexicanos y ha creado a una sociedad sumisa.

En cierta medida los medios de comunicación sí son el reflejo de la sociedad, por ejemplo de dónde podrían sacar una fotografía de un diputado o senador dormido si no existiese o de dónde podrían publicar políticos corruptos que se encuentran inmiscuidos en asesinatos, pues de ningún otro lado más que de la realidad.

No sólo los medios de comunicación son el reflejo de la sociedad, otro ejemplo claro de eso, fue la presentación del presidente Enrique Peña Nieto en la Feria del Libro, donde se le preguntó cuáles eran los tres libros que habían marcado su vida a lo que no supo responder; esto no sólo ocurre con él, sino con el grueso de la población, así lo confirman las encuestas que indican que la mayoría de personas al preguntarles sobre qué libros han marcado su vida responden que la Biblia; y en este contexto es lógico que las personas se encuentran identificadas con el Presidente. En este punto no sólo los medios sino también los políticos son reflejo de una parte importante de la sociedad.

Tiene que ver ambiente para que la televisión pueda incidir en la percepción de los mexicanos y se sincronicen con lo que la gente está pensando; si te vas al [Ideología y] aparato del Estado de Althusser, los medios son uno de todos.

Tienen una gran potencialidad sí, pero si te vas ahora con la puesta del Internet, hay mucha gente que lo utiliza con los mismos fines que utilizan los medios de comunicación tradicionales, es decir con fines meramente de entretenimiento. Se puede observar con lo que hacen los jóvenes mientras navegan por Internet, ellos no están viendo política, están descargando videos, escuchando música, viendo cosas chistosas, comunicándose con sus amigos ¿entonces dónde está la distinción?

Existen portales en internet que tienen la misma información que la que ves en un noticiero de la noche, igual con información fragmentada, espectáculos, tienes ahí desde la nota política hasta la deportiva, la nota curiosa, chismes, hay la misma fragmentación.

4.- En esta misma vertiente qué piensan con respecto a aquella frase de “los medios son el espejo de la sociedad” es válida o no.

Productor de noticias de Canal 22:

No son el espejo, no reflejan propiamente la realidad del país; concretamente en la cuestión de los noticiarios son voceros del gobierno en turno, porque mencionan ahí los logros que ha tenido tal o cual administración y eso no significa mostrar la realidad, también el hecho de que suba la bolsa mexicana de valores, como lo quieren, lo hacen o lo intentan hacer ver, como se hace en Televisa, es decir si la BMV sube entonces el país va mejor, o sea ¿tú estás invirtiendo en la BMV? no, y mucha gente lo ve así, eso es algo que vi cuando estaba en Televisa, y esa es la imagen que ellos quieren dar hacia fuera, piensan que al transmitir eso la sociedad piensa que la crisis se va superando, aspecto que es totalmente erróneo.

4.- En esta misma vertiente qué piensan con respecto a aquella frase de “los medios son el espejo de la sociedad” es válida o no.

Reportero Grupo Imagen Multimedia:

Sí, tenemos la televisión que nos merecemos, es la televisión, la radio y el periódico que nos ganamos, lo podemos observar con los periódicos que más se venden: los de nota roja y amarillistas. Es más te lo pongo sencillo en un lobby que tenemos en la empresa están todos los periódicos y de repente en la noche dices: ¡ah, mira están todos los periódicos! y ves cuales están manoseados y cuáles no, todos los de nota roja están manoseados y los completos como El Reforma, El Universal, Excélsior no, hasta La Jornada está muy manoseada, la gente le da mucho interés que le peguen al gobierno, que digan cosas en contra y esa es la línea de La Jornada, está muy manoseado eso.

Aunque también pienso que son muy progresivos e innovadores los medios mexicanos, diferentes medios han hecho muy buen trabajo, pese a esto sí nos merecemos lo que tenemos para bien y para mal.

Contamos con una gama enorme de canales, por ejemplo sino te gusta la señorita Laura, le puedes cambiar al canal 11, tienes a tu alcance en televisión abierta un documental de osos panda y super interesante igual de entretenido puede ser eso como para ciertas personas que la señorita Laura lo sea siendo tan espantoso, pero todo depende del tipo de persona que se encuentre frente al televisor y a lo que aspire.

En cuanto a noticias, desgraciadamente ha ido disminuyendo la variedad de noticieros, todos se están enfocando a una cierta línea, por ejemplo, estaba muy bien cuando se encontraba Aristegui o Gutiérrez Vivo, cuando había gente que le pegaba al gobierno, pero se acaban estar alternativas y en muchas ocasiones aunque exista dicha variedad siguen consumiendo lo mismo.

Tenemos los medios que merecemos los mexicanos, por lo menos estoy hablando del centro del país, no lo sé en las fronteras creo que es un poco más complicado tanto la del sur como en la del norte, pues no puedes hablar explícitamente de ciertas cosas por la violencia en el norte y por otras ciertas situaciones en el sur

que no es de violencia, pero si es de mucha corrupción, entonces está complicado.

4.- En esta misma vertiente qué piensan con respecto a aquella frase de “los medios son el espejo de la sociedad” es válida o no.

Roberto garduño de La Jornada:

No, es una afirmación demagógica, pero también tiene sus dos aristas; los medios tendrían que ser representantes no del gobierno sino de la sociedad; el gobierno junto con los medios representan el interés de la sociedad, porque a ellos se deben, incluso la ley así lo dice.

Los medios deberían ser un objeto social, sin embargo, por el interés económico de éstos es al revés, por ello hay esta dualidad, los concesionarios deberían brindar su servicio transparente, honesto, directo sin cargas políticas, sin cargas ideológicas, todos tenemos cargas ideológicas, no obstante es el objeto social, y después ese objeto social, el de la dualidad que yo les comenté no es tan sencillo.

No es tan espejo de la sociedad, pero al mismo tiempo también es un espejo, porque decimos, así como están los medios así está la sociedad, la frase tiene parte de verdad, es tan espejo que sí refleja lo que somos porque ahí está y nosotros como sociedad lo replicamos y los medios también toman de nosotros socialmente para venir alimentar de esas rebeliones, de ahí viene el acento del espejo.

Por otro lado los medios que tienen una carga y una responsabilidad social la incumplen, por eso desde ese lado no son el espejo de la sociedad, no cumplen con nosotros, no nos dan lo que estamos pidiendo al contrario nos quitan a diario, nos resta la capacidad de pensar críticamente como población.

Un elemento importante es que el analfabetismo no se ha erradicado, ni ha disminuido proporcionalmente, ha ido decreciendo, no obstante eso sigue siendo un pretexto para decir la televisión entra, y los pretextos se empezaron a generar cuando el Estado se empezó a perder o comenzó a delegar su responsabilidad, la responsabilidad del Estado es informar y se lo abrogó a la iniciativa privada, entonces tenemos esa irresponsabilidad del gobierno que no proporciona los valores, la cultura y se lo deja a Televisa que se transforman en telenovelas, Laura en América. No atienden al interés público, cuando su responsabilidad sería atender al interés público, atienden al interés personal y de grupo.

4.- En esta misma vertiente qué piensan con respecto a aquella frase de “los medios son el espejo de la sociedad” es válida o no.

Productor Televisa:

Te refieres a algo así como, tenemos el gobierno y la televisión que merecemos, entonces sí definitivamente, mientras no exijamos otro tipo de contenidos, mientras no apaguemos la televisión y mandemos el mensaje de que estamos hartos de esos contenidos las cosas no van a cambiar. La historia de la chacha que se casa con el jefe no va a cambiar, mientras no apaguemos la televisión los contenidos no van a cambiar.

5.- Crees que la programación de la televisión abierta es un distractor

Productor Televisa:

Pues sí, la televisión sigue siendo el medio con más penetración en la gente, permea demasiado, basta con ver la manipulación que se da en todos los medios, también en los escritos, se tapa el sol con el dedo.

Yo acá en Televisa, por ejemplo, se minimizan las cosas que hay que minimizar, como del Presidente, por ese lado sí hay. Después, parece que no, pero yo creo

que sí, son los partidos de fútbol o las telenovelas, son un distractor, generan sueños en la gente que son solamente sueños, ni siquiera ofrecen solución a tus problemas, no ofrecen ningún tipo de información que de verdad te hagan tener un criterio propio, al final de cuentas consumimos todo y ya ni siquiera lo procesamos, sólo lo consumimos, la gente no procesa lo que ve, sólo se distrae, literalmente es un distractor, creo que sí.

5.1.- Entonces ¿sí te hace olvidar de la realidad?

Productor Canal 22:

Por una parte sí, el ejemplo se puede dar con las personas que gustan ver el fútbol, es un sector de la población que creo sí se abstrae momentáneamente al igual que los que ven telenovelas.

Volvemos a lo de la educación, tiene mucho que ver mucho con la formación que han recibido, no solamente de las instituciones en las que la absorben, sino también del medio en el que se desarrollan, los mismos vecinos, los padres, es algo que se viene arrastrando de mucho tiempo atrás.

6.- La existencia de las relaciones entre sistema político y medios de comunicación inciden en la información que se da a través de la televisión.

Productor de noticias en Canal 22:

Las personas dicen, ahora ya no escucho las radionovelas, ahora las sintonizan visualmente, es lo mismo, el medio es diferente porque ahora se puede ver, pero las relaciones entre Estado ya se gestaban desde la administración de Lázaro Cárdenas y la radio; es quizá la televisión la que tiene mayor impacto, porque no es lo mismo escucharlo e imaginarlo, sólo cambió el canal.

Otro factor que no tiene nada que ver con la realidad, pero sí con este nexo, es la transmisión de los spots, ahora en la jornada electoral, intentan dar una imagen distorsionada de lo que realmente acontece en el país, pero eso no nada más influye aquí en la República, sino en el extranjero, esa misma imagen que nosotros vemos también se ve en el exterior.

Ahora en lo que está muy concentrado el gobierno es que vengan inversionistas de otros países para invertir y hacen ver que si viene gente del extranjero a hacer negocios, nosotros nación nos vamos a ver beneficiados, pero eso es lo que ellos dicen y en realidad eso no pasa.

Hace cuánto tiempo no hay un aumento salarial importante, cada año hacen su aumento salarial de dos, tres pesos, centavos, etc. realmente no hay el impacto que ellos promocionan en los medios de comunicación. Yo podría llamarlos los medios oficiales o los de mayor impacto, que es por el momento la televisión, porque además ya lo estas escuchando en el momento, están pasando las cosas, es una de las ventajas que tiene la televisión, y que tiene también la radio, pero ya no tanta gente escucha la radio, ya perdió ese encanto, por lo que significa la imagen, vale más, pesa más una imagen que mil palabras de lo que tú puedas decir, pesa más el hecho para ganar credibilidad.

6.- La existencia de las relaciones entre sistema político y medios de comunicación inciden en la información que se da a través de la televisión.

Reportero de Grupo Imagen Multimedia:

Algo tiene que ver, no lo puedo afirmar, pero tampoco lo puedo negar, no lo he visto, eso se genera en las altas esferas del poder, en la dirección, con las personas importantes, ellos tienen el balón y saben para dónde dirigir la empresa y para dónde no.

Estoy casi seguro que deben tener nexos con gente del gobierno, en ocasiones para bien o para mal, no sé. Hay medios que pueden tener nexo con el gobierno, pero la línea editorial es completamente decente, no le mueven, ni le quitan, ni le ponen; neutro total y completamente. Hay medios que son legales, que trabajan bien, como hay medios que no lo son, aunque tampoco me consta, no podría decirte sabes que cuál o tal no lo es.

Los canales que se encuentran supeditados al presupuesto de gobierno directamente, es obvio que no le pueden pegar al sistema político, cómo sería si eso ocurre, no tendrían un final muy bueno, creo.

6.- La existencia de las relaciones entre sistema político y medios de comunicación inciden en la información que se da a través de la televisión.

Productor Televisa:

Al final de cuentas las políticas de los medios están llenos de favores, de concesiones, entonces se maneja la información a conveniencia del gobierno, de ahí surgen los favores, los negocios, “está muy pinche”.

6.- La existencia de las relaciones entre sistema político y medios de comunicación inciden en la información que se da a través de la televisión.

Roberto Garduño de La Jornada:

Hay un nexo, hay relaciones que por costumbre a través de los años se fueron construyendo, se fueron solidificando, entonces obviamente hay nexos entre gobierno y medios, esos se construyen a través de una relación de interés económico.

¿Cómo repercute eso en la información? La respuesta es muy sencilla, observemos el grado de desinformación que vive el país, es más se puede dividir

al país en tres: norte, centro y sur. La información que se entrega, que se ofrece, que se da a los ciudadanos del norte, del sur y del centro es distinta, por el tipo de idiosincrasia en la que vivimos. La repercusión es, tenemos un sistema político, económico apropiado de los medios que da origen a la información, está secuestrado y se maneja al antojo de este gobierno.

La repercusión es que tenemos una sociedad ignorante, mal informada, incapaz de tomar decisiones y de generar criterios informativos, no hay, esa es la preocupación principal. Cuando uno no puede generar un criterio sobre un hecho o tenemos veinte informaciones sobre eso que no nos permiten generar un criterio, ahí viene la desinformación, que es lo que permanece.

Obviamente sí hay una repercusión y la consecuencia principal es que nos encontramos sumidos en un mar de construcción de mediocridad, de violencia, ese es el problema que nos repercute a todos y nos atañe a ustedes y a mí, que más o menos estamos informados, pero vamos en la calle y las personas se encuentran ignorantes de los derechos de los demás, de la civilidad, nos avientan el carro, es una repercusión de años, consecuencia de una escasa educación.

Ahí esta, ¿cuál es la principal aula maestra de los mexicanos? Tenemos una televisora que es la principal aula: Televisa es la aula diaria de la sociedad, ahí aprendemos mensajes, deportes, señales, noticias, novelas, echan al mejor postor, vivimos un desorden que es difícil que se pueda ordenar.

6.1.- Partiendo del hecho de que existe una relación entre concesionarios y gobierno, qué impide o no la realización objetiva de las noticias.

Productor de Televisa:

Yo creo que, y eso es muy personal, que uno debe ser ético con uno mismo, siempre va a ver una línea editorial que te marquen, una línea empresarial, pero tienes que ser honesto contigo, hacer las cosas bien, tratar de informar lo mayor

posible a pesar de la línea que te dictan, es una cuestión personal, cada quien debe de poner empeño en hacer bien su chamba.

Yo llevo 17 años trabajando en Televisa y me considero antitelevisa, pero me gusta mucho el trabajo que hago, laboro en el área de producción, pero jamás en la vida veo el canal 2, jamás, ni Azteca, no tengo tiempo ni me gusta ver la tele, pero me gusta mucho hacerlo, entonces yo lo que hago es ser ético conmigo mismo y ese es el granito de arena con el que contribuyo en los medios, igual sirve, igual no, pero a mí me mantiene tranquilo. Yo no me inclino ni me agacho ante nadie.

6.1.- Partiendo del hecho de que existe una relación entre concesionarios y gobierno, qué impide o no la realización objetiva de las noticias.

Productor Canal 22:

Añadiría y que no hagan bien su trabajo, las políticas que les marca la empresa tienen que ver con políticas que da el gobierno en turno, por un lado, pero estamos hablando que también influye de manera importante el crimen organizado, si te das cuenta los secuestros que hay de periodistas o el aumento de desapariciones y asesinatos de comunicadores en diferentes puntos del país, también obedece a eso, a las políticas del crimen organizado, de eso depende que tan objetivo seas, lamentablemente.

6.1.- Partiendo del hecho de que existe una relación entre concesionarios y gobierno, qué impide o no la realización objetiva de las noticias.

Roberto Garduño de La Jornada:

Los medios desempeñan su trabajo diario, como propietarios de las concesiones, en el trabajo a un más diario, en el trabajo de la calle, los reporteros tenemos una responsabilidad que es conseguir información relevante para nuestros medios,

donde la mayoría de reporteros provienen de un estrato social clase mediero o clase pobre con dificultad en ascenso, se tiene un compromiso, pongámoslo entre comillas de clase y una responsabilidad también de clase.

Qué sucede, cuál es el proceso, el reportero sale a la calle a conseguir la noticia, la consigue, la elabora de acuerdo a sus criterios personales que muchas veces ni siquiera son los del medio, es muy crítico, es observador y manda la información a sus medios y es ahí donde sobreviene la crítica, porque ahí se estudia si pasa o no a publicarse, hay una independencia, si la hay, no la que quisiéramos.

Lo que no hay es un respaldo de los medios hacia el reportero, yo sí puedo por conocimiento de causa decir, que el reportero en su enorme mayoría es un vehículo informativo sumamente veraz que no llega a trascender en la mayoría de los casos por los intereses de los medios, eso es lo que sucede y hay una responsabilidad pero también hay un frente.

6.1.- Partiendo del hecho de que existe una relación entre concesionarios y gobierno, qué impide o no la realización objetiva de las noticias.

Reportero Grupo Imagen Multimedia:

Tú como reportero puedes tener la sensibilidad, que te da estar afuera, en la nota y puedes obtener todo el extracto de la noticia y plasmarlo en una nota, esa nota la grabas y la mandas, pero no decides si sale o no al aire, ya que la pueden modificar o censurar, la pueden desaprobar porque la línea de la televisora o del canal no le conviene lo que vas a decir, esa es una línea o también puede ser por tiempo, así lo considera el director de información, esa nota la sacas porque no sirve o no nos conviene.

Como reportero puedes dar todo, pero allá hay filtros, no sé en qué consista. En ocasiones he tenido buenas notas y de repente no las escucho, no salen en la televisión, las mandan al periódico, me preguntó por qué no salen en la televisión

que es el medio más importante, hablando de medios y la rebajan al periódico, bueno que el rotativo también es muy importante.

Menciono lo anterior porque yo trabajo para tres medios, somos reporteros multimedia, tenemos jefe de información de radio, televisión y prensa, y si la nota le gustó a uno de los tres la inserta, pero todo depende del tiempo, espacio o definitivamente por cuestión de línea editorial y empresarial.

7.- Ante la injerencia de la televisión en diferentes ámbitos de la vida social, esto de qué manera repercute en el contexto político social.

Roberto Garduño de La Jornada:

Nos queda claro que hay una intervención directa de los medios para modificar los contenidos de la información, hay algo muy importante, en los deportes, por ejemplo, se comenzó a construir un gran y enorme elemento fructífero de la industria del espectáculo y por lo tanto hasta en los medios se dio, tanto que ahora transmiten el béisbol, básquetbol, Juegos Olímpicos, Serie mundial de Tenis porque sabían que podría ser un negocio altamente redituable y aparte serviría como herramienta enajenante.

En contraparte podemos ver canales dedicados a la cultura como el canal 22 y los demás nada de cultura, no existe. En los medios no tenemos conciertos, no hay buenas obras de teatro, cuándo tenemos programas donde grandes exponentes hablen sobre museos: nunca, qué es lo redituable; deportes, escándalo, telenovelas y noticias, eso es lo redituable.

Al conjugar esos cuatro ejes, manipulándolos, tenemos el resultado que hoy se ve: una permanente campaña estratégicamente política para jalar actividades no lucrativas, porque interesa más al desinterés, porque interesan más a la inconciencia del ser mexicano que a la posibilidad de crear dudas y crítica en la mente de la población.

Vivimos en nuestra zona de confort y se traduce fácilmente en cuántos libros se leen al año, ni siquiera uno en promedio, cuántas personas van a un concierto al año, al teatro (caro y malo). Entonces ahí entran los medios que nos repercuten y sus estructuras mediáticas que retumban, uno se va al limbo, no hay posibilidad de desarrollar críticamente el pensamiento para poder modificar la sociedad; es más, no hay autocrítica.

En nuestro ámbito más cercano, cuando alguien te critica no lo aceptamos y menos tenemos la capacidad de recibirla, nos gusta ver lo mal que la pasa el otro. Esto representa un problema mayúsculo, en una generación no se va resolver. Entonces los medios tienen esa responsabilidad, pero también la sociedad por no exigirles cambios.

7.- Ante la injerencia de la televisión en diferentes ámbitos de la vida social, esto de qué manera repercute en el contexto político social.

Productor Canal 22:

La televisión desmoviliza, pero creo que la pregunta sería cuál es la apatía que hay en la población, insistiría en esa parte de la educación, en no leer, en no informarse por otros lados. El país ha atravesado por situaciones críticas, pero sólo es una parte de la sociedad la que sale a manifestarse.

Por ejemplo, en el movimiento estudiantil del 68, cuánta población sabía escribir y leer para apoyar este movimiento, hubo apoyo del sector obrero, pero qué educación debe tener este sector para poder salir y estar motivado para ayudar y manifestarse, ahí te das cuenta que en ese periodo concreto de la historia del país que es importante y que no se ha superado las personas salían, las amas de casa salían, no era un movimiento exclusivamente estudiantil, empezaba a tener otro tipo de adeptos.

Si hay una apatía, pero también la gente sabe exactamente cuáles son las deficiencias, es como radio pasillo, hacen las cosas por allá arriba, pero finalmente nosotros nos enteramos de qué es lo que hacen y si lo hacen bien o lo hacen mal, normalmente lo han hecho mal, porque podemos palparlo, sin embargo, al final el sujeto no va y se para para expresar su sentir; creo que tiene mucho que ver con la parte de la educación, los distractores que hay en la televisión pública y en la de paga, porque ahora ha aumentado el porcentaje de gente que tiene televisión por cable, ahí hay un dato importante que hay que mencionar, esa gente que tiene televisión de paga qué es lo que ve, sigue viendo las telenovelas, los programas de concurso, nada es distinto.

Encontré un artículo en Proceso y me tomé la libertad de sacarle una foto, salió en Facebook, da datos interesantes. Lo titulan “La agónica muerte de Chabelo”, describen: La televisión, el medio que reinó en la segunda mitad del siglo XX, ha sido condenado al ostracismo. Los especialistas en el tema y las tendencias apuntan a una misma dirección: La pantalla chica se volvió prescindible. Irremediablemente, comenzará a perder su hegemonía y los abundantes privilegios políticos de los que gozó.

La firma de investigación Moffett Nathanson informó que durante el primer trimestre del año, 31 mil estadounidenses cancelaron sus servicios de televisión de paga. En cambio, los usuarios de streaming (descarga y reproducción) aumentaron 271 mil. En 2013, la televisión de paga perdió 95 mil clientes en el país vecino; en 2014, 125 mil, y analistas prevén que este año supere por mucho a los anteriores.

Vinton Cerf, uno de los padres de internet, anticipó durante su intervención en el Festival Internacional de Televisión en Edimburgo: “Va a seguir necesitándose la televisión para ciertas cosas, como las noticias, los acontecimientos deportivos y las emergencias, pero va a ser casi como con el iPod, en el que puede descargarse el contenido para visionarlo más tarde”...

Finalmente aún le queda un largo periodo de vida a la televisión, no hay duda de que va a seguir teniendo incidencia en cierta parte del contexto que percibe el ser humano, hasta que otro medio llegue con otros objetivos y la desplace completamente.

7.- Ante la injerencia de la televisión en diferentes ámbitos de la vida social, esto de qué manera repercute en el contexto político social.

Productor Televisa:

No sé si tenga alguna repercusión, lo que sí es muy cierto es que la televisión tiene muchos intereses, como dices en el deporte, en la política porque al final representa millones de dólares de ganancia, entonces lo que menos les importa a los dueños a los concesionarios es la gente, claro que ven ese aspecto, les importa que los vean, pero no les interesa lo que les venden, vuelvo a lo mismo el problema es que el público no exige calidad en los contenidos y mientras eso no suceda la incidencia que tengan los medios con respecto a la creación del supuesto contexto nacional probablemente influirá.

Estamos atrasados, estamos muy atrasados, aquí hay problemas de cultura, yo soy productor de un programa de cultura y tienen un punto de rating como de punto cinco, y tratamos, en lo personal de tener contenidos chingones, atractivos, a veces son buenos a veces no tanto, varía mucho la agenda cultural, pero creo que lo que debe de mejorar en la televisión mexicana, son los contenidos, definitivamente.

8.- En ese eje de las noticias, éstos cumplen la función de informar a la sociedad.

Roberto Garduño de La Jornada:

No informan, manipulan, los programas noticiosos en la televisión, en la radio manipulan porque no ofrecen al receptor el contenido transparente, completo de los sucesos y solamente atienden al interés del poder económico y por lo tanto político. Esto deriva en una enajenación, se ejerce el control de las mentalidades, aquí hablamos de un contexto complejo, de la mentalidad del mexicano.

Observen como ciudadanos y sin prejuicios el noticiario de Joaquín López Dóriga, véanlo como cualquier persona y al final pregúntense cuál fue la noticia con la que comenzó, no nos acordamos, imagínense sino nos acordamos en ese momento mucho menos después, solamente nos quedamos con la idea de que Peña Nieto es bueno porque lo meten a diario sin hacer referencia a sus estupideces, aunque no sepamos qué dijo ya lo vimos, nos pegan en el inconsciente colectivo.

8.- En ese eje de las noticias, éstos cumplen la función de informar a la sociedad.

La doctora Carola García:

Cubren parcialmente, yo no diría que no informan de nada, si informan, pero es una información fragmentada, los medios no contribuyen a una vida más democrática, así como están hoy no, pero también como están los ciudadanos tampoco. Un informativo no es el remedio, no te va dar suficiente información, no va analizar, sobretodo hablando de la radio y la televisión, ya sea por el tiempo, por los costos de los tiempos y tampoco la gente va a oír un noticiero de cuatro horas, por ende también tiene que ser un formato pequeño, como si fuera un spot, debe ser breve.

La gente puede aguantar ver un programa de variedades durante tres horas, no un noticiario de cuatro horas, puede soportar ver un programa de deportes dos horas, pero no un noticiero.

¡Ahora está usted oportuna y veraz mente informado! era lo que se escuchaba en la radio, qué significa esto, que no importa el desarrollo de la noticia, mientras te lo digan, ya estás informado sin mayor capacidad de análisis. A lo mejor la sociedad le pide a los medios lo que no pueden hacer, debido al formato tan reducido que se tiene los noticieros se tienen que acoplar y por tanto la sociedad. Los medios deberían de ser más responsables, difícilmente lo harán están hechos para ganar dinero como un negocio.

8.- En ese eje de las noticias, éstos cumplen la función de informar a la sociedad.

Reportero Grupo Imagen Multimedia:

Creo que sí cumplen, me consta que desempeñan su función de informar, que también o que tan mal eso lo dice el público, por eso unos tienen más y otros tienen menos rating. Además como seres humanos casi siempre tendemos a escuchar lo que queremos escuchar, que ya estas gordo, entonces me voy con el que me dice que no lo estoy, lo que nos gusta escuchar es a lo que nos vamos.

8.- En ese eje de las noticias, éstos cumplen la función de informar a la sociedad.

Productor Canal 22:

No creo, no reflejan la realidad, la situación en la que está el país, basta ver. Hay una anécdota que tengo del tiempo que trabajé en Televisa sobre un comentario del coordinador del canal, voy a decir su nombre Guillermo Cuellar.

Aparte de la cuestión laboral o dentro de, tienes que ser una persona muy bien informada, saber quién es el Secretario de Gobernación, ubicarlo físicamente, el rostro, quién es el Secretario de Educación Pública, quién el presidente de la Cámara de Diputados en turno, el Gobernador del Estado de Coahuila, el

Presidente de la Comisión Nacional de Derechos Humanos, ese tipo de información la tienes que tener al día. Lo que yo hacía era revisar el último noticiero cuando llegaba en cinco o diez minutos, checaba cómo iban cambiando las noticias del día anterior, había ciertas variaciones o surgían cosas nuevas, nuevos nombramientos.

Pero no sólo me apoyaba en eso para saber que puestos desempeñaban, sino también tengo la costumbre de leer el periódico y lo que yo compro es La Jornada o Proceso, entonces Cuellar me criticaba eso, me decía que cómo era posible que leyera ese periódico de izquierda.

Este señor es un buen ejemplo de la política que tiene esta empresa en particular, del manipuleo, porque hay notas que pasan en Proceso o en La Jornada, en concreto, que es la crítica que me hizo, donde se les da un manejo distinto a la información, por ejemplo en las notas institucionales o en cuestiones del gobierno, en Televisa tienen mucho cuidado en lo que se dice, un discurso que obviamente va de acuerdo con los lineamientos que tiene el gobierno en turno.

Finalmente no la cumplen, son noticias maquilladas, sí, te dan la nota de que estuvo allí Peña Nieto y presentó algún programa o fue a la inauguración de alguna carretera, etc. lo ponen con bombo y platillo. ¡inauguró una carretera, un hospital una escuela! son comunidades que normalmente tiene muchas necesidades, entonces van y dicen les inauguramos un tramo de una carretera, pero no es suficiente, hay muchas carencias que se tienen que cubrir y la gente que no está ahí no ve lo que realmente sucede y nos venden la idea de que están trabajando, así se la han llevado la mayoría de las administraciones.

En parte es trabajo de estos medios de comunicación, hablando de los noticieros, maquillan esas notas para hacer creer que esos gobiernos realmente están trabajando y están haciendo lo que tienen que hacer.

8.- En ese eje de las noticias, éstos cumplen la función de informar a la sociedad.

Productor Televisa:

Medio informan como todo, es que el problema, tú lo sabes, siempre esta lo de la objetividad y la subjetividad entonces realmente es objetivo, al final de cuentas si informa, porque te muestra los hechos sesgados o no, tratados o no, pero te muestra el hecho, por ejemplo era inevitable hablar de lo de las casas blancas, entonces se medio informa, pero se tapan cosas, se minimizan, al final de cuentas si te mantiene informado, sesgadamente, pero informado, si cumple, porque no se pueden tapar ciertas cosas, o sea no se puede tapar el sol con un dedo, entonces no les queda más remedio que informarte, pero con sus tendencias.

8.1.- Entonces la noticia incide o no en la actitud desinteresada de los mexicanos

Roberto Garduño de La Jornada:

Si incide, es más en el desinterés político, por ejemplo: ¿cuándo hemos visto una protesta, cuando incrementan los combustibles, el arroz, el maíz, el huevo? se incrementó hace unos meses más del setenta 70%, cuándo vimos una queja de la población, esa movilización a la que yo me refería; entonces claro que sí influye. Los medios desmovilizan a la sociedad, la desarticula, hay muchos factores, pero en gran parte por la influencia de las televisoras y la radio.

Los medios han contribuido a generar inconciencia política y social nos hemos vuelto individualistas, hemos llegado a ese tope del individualismo más feroz, no nos importa el de enfrente ni el de al lado, solo yo. En las nuevas generaciones de muchachos impera más el individualismo que se observa desde el sólo hecho de evitar un compromiso.

Soy un observador crítico de los efectos de los medios de comunicación y de lo que genera una sociedad carente de información, que se come todo lo que le den, es un obeso que se traga todo y que no se puede mover, es el problema.

8.1.- Entonces la noticia incide o no en la actitud desinteresada de los mexicanos

Reportero Grupo Imagen Multimedia:

Sí, claro que incide, por eso tienen espacio los comerciales, por eso están las agencias de publicidad y sobre todo en medios de comunicación, por ello es más caro, ejemplo cuánto cuesta insertar un comercial en la televisión y la radio, aunque éste último es un poco más económico que el primero, porque saben el impacto que tienen, no sólo comercial, sino en otros ámbitos.

8.1.- Entonces la noticia incide o no en la actitud desinteresada de los mexicanos

Productor Canal 22:

Para un buen porcentaje de la población sí podría ser, no para todos. Influye, podemos tomar como parámetro los comerciales que hay en medio, qué es lo que te dicen que consumas los transmiten en un horario estelar, porque la gente los está viendo y saben que van a ir a comprar ese producto, puede ser por ahí una medición.

No es definitivo la incidencia, no es lo más importante para que la gente no sepa exactamente como esta su realidad, como sobrellevarla, como salir adelante.

A mí me llamó mucho la atención, en la administración de Felipe Calderón, él va a Ciudad Juárez y tiene que enfrentarse, dar la cara con las mamás de unos chicos acribillados de fútbol, ellos llegaron a una fiesta y los masacraron ahí porque había

narcomenudeo, esa fue una de las cosas que se le fue a Televisa, a Foro TV, lo transmitieron, una sola vez en la que estaba pasando y rápidamente lo quitaron, qué pueden pensar las personas que ven la telenovela y de repente le cambia y ve eso, te da cierta impotencia e indignación de ver a esa mujer reclamando.

¿Cómo influye esa imagen en el sector de la población que ve esos programas? Entonces ellos tienen mucho cuidado con eso, esa vez se les fue. También otro hecho fue en las elecciones de 2012 en los mítines de López Obrador, ellos decían hay que tener cuidado con los encuadres que se le hacen, deben ser tomas muy cerradas para que no se vea la gente y con Peña Nieto lo contrario, las tomas de su campaña deben ser tomas abiertas donde se vea cuanto apoyo tiene el candidato del PRI, el candidato de Televisa y es en ese proceso donde yo decido separarme de la empresa.

8.1.- Entonces la noticia incide o no en la actitud desinteresada de los mexicanos

Productor Televisa:

Yo creo que no tanto la televisión o el noticiero, considero que es la clase política la que hace que se pierda el interés en ello.

9.- Usted cree qué para tener una sociedad participativa se necesita tener una sociedad informada

Roberto Garduño de La Jornada:

Pienso que la sociedad tiene que estar informada y tiene que estar primero informado por medios de comunicación responsables, con los que tenemos ahora si no cambia su actitud y continúan trabajando como trabajan y acortando la información como la corta las cosas no van a cambiar mucho; es una cuestión de corresponsabilidad.

La sociedad tiene que estar informada, pendiente, abierta a modificar sus hábitos a través de la gran aula, cuál es la gran aula de este país los medios electrónicos, no podemos aspirar a un desarrollo de la población, sino tenemos información clara y concreta. Por ahora no la tenemos, es muy diluida, manipulada, muy trabajada y eso nos pega.

9.- Usted cree qué para tener una sociedad participativa se necesita tener una sociedad informada

Productor Televisa:

Es personal, es responsabilidad de la gente estar informado, es parte de tu vida, no puedes andar por la vida sin saber qué es lo que pasa, pero cuando la gente lo único que hace para informarse es ver los noticieros de la televisión, es la única opción a la que se exponen y de alguna manera la televisión si cumple ese rol.

9.1.- En este sentido el valor de la información se ha convertido en algo comercial

Reportero Grupo Imagen Multimedia:

Claro, acuérdate del dicho información es poder, no estas informado no tienes el poder y si tú como ciudadano sabes que van a ir unos manifestantes a cierto punto sabes que te debes mover inmediatamente o te vas a quedar atorado en el tránsito o si sabes que el dólar está barato, sacas tu dinero del banco y los cambias por dólares en cuanto suba los cambias y ya tienes más dinero. Información es poder, saber de tu entorno es poder.

Entre más leas y más informado estés mejor, no es que valgas más, pero si vas hacer más importante, esa es la situación, por ejemplo como comunicólogo hay que leer mucho, te tienes que acabar los ojos leyendo.

9.2.- Considera que el principal noticiero de Televisa juega un papel importante en la opinión pública sobre la política

Roberto Garduño de La Jornada:

Escuchamos todos los días al mediodía a Joaquín López Dóriga en el noticiero vespertino y hace periodismo, aunque bueno el trabajo lo hacen los reporteros, finalmente participa en un proceso de periodismo electrónico, pregunta, busca entrevistas, busca actores de los hechos, nos guste o no hace periodismo.

Pero cuando llegamos en la noche, nos encontramos con otro Joaquín López Dóriga, con el camaleón López Dóriga, cambia radicalmente su discurso, su lectura de las informaciones, es un nombre rígido, su postura es de regaño al televidente; si observamos esta llamando la atención, sus gesticulaciones son de un hombre educado, en la mayoría de las veces, solamente con sus dichas mangas del chaleco, no nos regaña pero en general nos sentimos como reprendidos.

No nos debe extrañar mucho porque Televisa ha funcionado en los últimos 60 años, desde que era Telesistema Mexicano en el vocero del sistema político. Tenemos la imagen del manipulador consecuente de una empresa a la que el gobierno le ha cedido la vocería, nos receta a diario el mensaje del sistema, de la economía como conviene a sus principales actores.

Televisa tiene en su noticiero nocturno al principal vehículo de manipulación y el gobierno tiene el noticiero nocturno de Televisa a su principal vocero, observemos diario, es consecuente con los dictados del Gobierno Federal.

En el informativo de Joaquín López Doriga hay un ingrediente más para podernos explicar cómo el pueblo mexicano a lo largo de tantos años se ha convertido en ignorante, porque aparte de necios nos encanta ver ese noticiero.

El programa esta estratégicamente organizado para verlo a las 10:30 de la noche, el cuarto de guerra de Televisa ha estudiado que la hora en la que el mexicano se concentra en su casa a reunirse es a partir de las diez a las doce de la noche, entonces desarticula la reunión familiar, le mete un noticiero nocturno.

El horario se recorrió por los hábitos de la sociedad, antes se transmitía el noticiero 24 horas de 10:00 a 11:30, sin embargo las costumbres han cambiado, nada es gratis, todo tiene una razón. El noticiero es un desarticulador hasta de la sociedad, de la relación social, del estar con la pareja, con los hijos, los amigos en casa, por ejemplo estás en tu casa empieza el informativo y dices vamos a verlo, se le pone fin a la plática; hay que observar todas esas situaciones. Las noticias son el mejor vehículo que encontró el sistema para refrendarse asimismo.

Los medios no te abstraen de la realidad, te ofrecen otra realidad, manipula la realidad, habla de los hechos, en otra condición, en otro tono. Hablar de abstraer es como ir al cielo y pensar en poesía, que es algo padrísimo, es encantador, pero es algo totalmente distinto. Los medios te llevan a una realidad que ellos quieren que tú conozcas como ellos quieren que la conozcas. Es el Big Brother, es una ironía está en su naturaleza.

Cuando hablo de los filtros a las notas que se pasan con López Dóriga es en serio, los reporteros que trabajan en Televisa expresan que tienen que pasar varios filtros para que su nota salga al aire, “no me puedo ir a mi casa hasta las siete de la noche, tengo que esperar que lleguen dos filtros más para que me dejen grabar ya que grabas como [a las] 7:30 8:00, debes esperar por si quedo mal la grabación te vuelven a llamar. Son pequeños aspectos que se van construyendo diario, eso todo un entramado. Nos lleva a encontrarnos con la información manipulada.

9.2.- Considera qué el principal noticiero de Televisa juega un papel importante en la opinión pública sobre la política

Productor Televisa:

Sí incide, a mí me revienta López Dóriga, pero bueno es el periodista de televisión, de cierta manera es un líder de opinión, le guste o no a la gente, de cierta forma si marca lo que hay que saber, lo que hay que decir sobre el tema. Considero que si se convierte en el referente de los líderes de opinión, involuntariamente, porque a la gente no nos gusta ver lo que hay, lo tienes que ver o no sabes que está pasando en el país.

10.- Quiénes son los responsables de la situación de desinterés: los concesionarios, los medios, la sociedad o los tres en su conjunto.

Roberto Garduño de La Jornada:

Recuerda que en la vida no hay culpables, hasta en una relación de pareja no hay culpables, hay responsables, tú tienes una responsabilidad yo también. Los tres comparten la responsabilidad: sociedad-medios-gobierno.

Transitamos en una misma línea de responsabilidad, gobierno por ser omiso, por no entender y aceptar su papel histórico y aportarle a la sociedad; por no dar los instrumentos y medios para que se desarrolle la población, ha permitido a lo largo de las décadas, una sociedad minusválida, dejada y mediocre.

Medios por replicarlos intereses del gobierno y sus propios intereses, por encima de la sociedad y generar una mafia que ha controlado el discurso informativo, mediático, probándole incluso al gobierno esa intención. Aquí somos responsables todos, hay una corresponsabilidad histórica.

10.- Quiénes son los responsables de la situación de desinterés: los concesionarios, los medios, la sociedad o los tres en su conjunto.

La doctora Carola García:

Todo en conjunto, si nos remitimos a los inicios de la radio y la televisión en México, se optó por un modelo comercial, los que impulsaron la radio fueron los mismos de la televisión, pensaron en un negocio que les dejara dinero, no están pensando en educar a la gente, en hacer un aula social, mucho menos en ciudadanos politizados, nada de eso.

Ellos quieren ganar dinero, tienen fórmulas exitosas que van a seguir reproduciendo, por eso las radionovelas se trasladan a la telenovela, el folletín se va a la radio, es una fórmula que ha sido exitosa.

Este país se ha movido dejando los medios en manos de particulares comerciales, los periódicos en México se hacen a lo mejor para informar a la gente, igual al que hace periódico le interesa tener abundante publicidad, es ahí donde entra el gobierno, la mayoría de veces, entonces las líneas editoriales se encuentran supeditadas a este factor. Los medios son privados, empresariales a excepción de La Jornada, es una cooperativa.

Qué pasa con los medios del gobierno, no deberían tener el interés económico ante todo, ahí si podrías tener una apuesta de valores nacionales, de cultura, entre otros. Sin embargo lo que ha pasado con canales del gobierno, se les reprocha que no venden, es un “mal negocio”, el Estado pierde mucho dinero, entonces el Estado decide subastarlos, ponerlos en manos de intereses privados, sólo les interesa el poder económico.

El consumidor mexicano está acostumbrado a ver acción, esto se refleja en la programación. Es un proceso de más de 60 años que no se modifica de un día para otro.

Me remito a lo que dijo Azcárraga “yo hago televisión para jodidos y es lo que la gente me pide”; la gente se acostumbró a ver eso y por supuesto que lo va a pedir, si tú comes tacos siempre vas a pedir tacos siempre, si nunca has probado langosta nunca vas a pedir langosta.

Este ejemplo sirve para ilustrar que la gente no exige a las televisoras y cuando lo hace nadie le hace caso, los concesionarios violan los derechos de las audiencias.

También hay que ver la cuestión de la mediatización, en este aspecto, el Estado también es culpable, porque él dice: “yo no sé nada de medios de comunicación y se lo deroga a otros”, el sistema está resolviendo otros problemas del poder político, económico y no tiene tiempo para dedicarle a los medios.

Toda ha sido una farsa por parte del Estado hasta el hecho de mandar a Novo y a Camarena cuando ya tenían decidido que la televisión sería comercial, no le interesaba el modelo cultural al Estado. Posteriormente con el gobierno de Echeverría, se dieron cuenta que políticamente interesaba la televisión, la información, la imagen, entonces le entró y también le entró para hacer política y para impulsar programas de gobierno no para crear otra cultura.

Siempre he pensado que les funciona para controlar políticamente, que para hacer un cambio mental de los mexicanos, no tienen broncas y se los encargan a Televisa y a TV Azteca.

Hay que generar consumidores, observadores de medios más críticos; tendría que haber una legislación que obligue a los medios a actuar con mayor responsabilidad social, porque si los dejamos a sus propios códigos éticos lo harán o no lo harán, pero pensándolo en el concepto de que la información es un bien social, no una mercancía, que es lo que prima hoy en día.

10.- Quiénes son los responsables de la situación de desinterés: los concesionarios, los medios, la sociedad o los tres en su conjunto.

Productor Televisa:

Culpables son los concesionarios, los dueños de las televisoras, incluso hay una frase del Tigre Azcárraga que dice: “nosotros hacemos televisión para pendejos” lamentablemente así es, porque se le trata a la gente como si fueran retrasados mentales como si no pudieran pensar y nos comportamos como tales, por qué no apagamos la tele y hacemos otras cosas, entonces de alguna manera esa frase es cierta, desgraciadamente.

10.- Quiénes son los responsables de la situación de desinterés: los concesionarios, los medios, la sociedad o los tres en su conjunto.

Productor Canal 22:

Podría pensar que es el gobierno, pero no nada más el gobierno, la televisión desde sus inicios se ha dedicado a la diversión, al esparcimiento, desde su comienzo por 1952 con el cuarto informe de gobierno de Miguel Alemán Valdez, ahí te das cuenta de cuál es la relación de ese medio de comunicación y cómo empieza a surgir la relación con el Estado, sus instituciones con los medios de difusión, déjame decirte que ellos se ven como difusores y sí, porque están difundiendo la imagen de los proyectos del gobernante en turno.

Las televisoras que tienen un mayor alcance a nivel nacional es barata, basura, no aporta nada, viven en el mundo de cenicienta, de las telenovelas, los concursos, los programas de la señora Laura Bozo, patéticos, además de que ella, retoma hechos trágicos sociales para incluir en su programa, como lo del niño que mataron en Ciudad Juárez, eso por ejemplo, sí es un reflejo muy fuerte de cómo está la sociedad de dañada y las condiciones de extrema pobreza, no solo económica, sino cultural y educativa.

Es importante resaltar el aspecto de la educación, que no te la da el Estado, pero tú tienes que buscar esa otra información para formarte un criterio, quizá, más aterrizado en la realidad.

11.- Qué papel deben desempeñar los medios de comunicación y los comunicadores.

Productor Canal 22:

El papel de la verdad, que sean unos medios confiables, donde la información sea verídica, no tendenciosa, que no sea una información manipulada, eso ocasiona un gran retroceso, la parálisis en la que nos encontramos nosotros como sociedad, es decir, no quiero darme cuenta de lo que pasa a mi alrededor, me volteo para no ver al chico que está limpiando el parabrisas de mi auto, entonces sino lo veo no existe el problema.

Esa sería la contribución fundamental de los medios de comunicación, hablar con la verdad, una verdad que es muy penosa en el estado en que como nación nos encontramos, pero es un reflejo de la sociedad, de cómo se encuentra inmersa en este proceso de corrupción que nosotros también propiciamos, porque a veces no hay opción o alternativa y tienes que decir bueno para agilizar el trámite tengo que pagar, estoy en contra de ese tipo de acciones, pero el mismo sistema te permite hacer esas cosas, entonces ese es un ejemplo que tiene que ver con la sociedad, nosotros también hemos permitido eso, es algo que se arrastra desde muchos años atrás.

11.- Qué papel deben desempeñar los medios de comunicación y los comunicadores.

Reportero Grupo Imagen Multimedia:

Siento que los medios de comunicación están bien como están, pero si debería de haber una programación mucho más educativa, los medios de comunicación no están para educar, pero si deberían infundir la crítica.

Debería haber esa televisión o ese radio que te aporte algo y que te mantenga perfectamente informado, eso es lo que debería de suceder con los medios de comunicación, que sean los portadores de algo y no estar vacíos y sólo entretener a la gente, que es lo que dicen, “al gobierno le conviene que la gente este embobada, y es verdad entre más embobado este más los puedes controlar”.

12.- ¿Ante esto qué puede hacer la población mexicana?

Roberto Garduño de La Jornada:

La única posibilidad que observo para que esto pueda cambiar es la movilización social, no significa que vayamos y quememos Palacio Nacional o los Pinos, la movilización social es primero involucrarse en el desarrollo de nuestros medios, involucrarnos en una mejor educación cívica, en conocer nuestra historia, en aprender el respeto del que está enfrente, verlo como un espejo.

Otra forma sería aspirar a un cambio, a una renovación, la movilización implica eso movilizar, generar una revolución entre nosotros, tener conciencia, salir y reclamar la política, en su mayoría es muy corrupta, que no cumplen con su palabra, ahí es donde se impacta. Nosotros como sociedad tenemos que cambiar, sino incluso veo difícil que podamos conformar una población integral.

13.- Ve alguna solución a esta crisis que vive tanto Estado-medios-sociedad

Roberto Garduño de La Jornada:

Honestamente no, puedo parecer demasiado pesimista, pero hay que cambiar la dinámica, la solución es tener que cambiar radicalmente el país, tendría que dejar de haber Televisa como la conocemos y TV Azteca, periódicos y todo.

No veo posibilidad de un cambio porque el poder está muy cerrado, es patria, muerte o venceremos, así es.

13.- Ve alguna solución a esta crisis que vive tanto Estado-medios-sociedad

Productor Canal 22:

La educación, hay muchos comentarios de Elena Poniatowska, ella menciona que ni los partidos políticos que son una mierdita, ni el petróleo es la salvación de México, es la educación, es la cultura.

Si la gente no está educada, nunca va a poder superar el medio en el que se encuentra, esa es una cuestión fundamental, si tú educas a la gente, la preparas para poder mantenerse y tenga un nivel de vida decente, esas personas harán la transformación.

¿Qué significa eso de que haya democracia? ¿La democracia es que nosotros podamos y vayamos a votar por un representante? La democracia es que haya un sistema de educación eficiente, que haya un sistema de salud eficiente, sistema judicial eficiente, eso es la democracia y no el hecho de poder votar por quien quieras.

Y en los spots aparentan eso, te dan atole con el dedo, te dicen participa para que haya una mejoría de vida en general. Todos te dicen vota por mí porque todo va a mejorar. En realidad están tapando pequeños huecos y no atienden de manera concreta el problema.

Actualmente la sociedad tiene un problema evidente de seguridad ¿qué ocasiona esa inseguridad? ¿qué ocasiona el ambulante, la piratería, la corrupción? no hay buenos sueldos, no hay opciones de oportunidad de trabajar o de conseguir un buen empleo de manera rápida, debería ser un proceso más sencillo para los profesionistas, luego resulta que aquellos que tienen maestría o doctorado están sobre calificados, he visto como no han contratado a alguien porque le dicen estas sobre calificada.

Te pones a pensar cuántos años se quemaron las pestañas para que le digan estas sobre calificado y contratan a otro, es un círculo viciosos en el que se dan vueltas y vueltas, la solución es la educación, pero también la deficiencia de los sistemas educativos, ¿quiénes nos están educando? ¿qué capacitación tienen ellos para educar?

Ahora las manifestaciones de los maestros, en caso concreto el de mi suegro es profesor, él ha tenido que venir a manifestarse a la Ciudad de México y le pregunto cuál es el motivo de venirse a educar aquí a la Ciudad y su contestación, es que los mandan por parte del sindicato o cierta agrupación, realmente son la carne de cañón, no hay de vamos a ponernos en huelga para que nos aumenten los sueldos.

Ahora acaban de promulgar, ya no va a ver la evaluación, son aspectos que se estaban peleando desde hace mucho, pero ¿cuál es el beneficio real para los niños que están en las aulas de que estas personas no sean evaluadas? Es una bola de corrupción. Por ejemplo en el Istmo, muchos jóvenes se van a estudiar a la Normal, porque sus papás, sus tíos o algún familiar son profesores y les heredan la plaza o sino van a lo que se llama el mercado negro para comprar una plaza. ¿Esa es la educación que están recibiendo los niños?

Poniatowska señalaba el hecho de la cultura, sin embargo hay otras necesidades que cubrir primero como la alimentación, transporte, vías de comunicación, para

poder llevar después otro tipo de elementos, como un concierto a las comunidades más carentes.

Los medios también propician eso, el hecho de la mala información, cuándo vas a ver que salga una noticia con lo que te acabo de decir ahorita, en dónde, quién va hacer esa reflexión, así de sencillo. La gente ve los acontecimientos que transmiten por televisión alejados, eso no pasa en el lugar donde vive.

El hecho de viajar también te da la posibilidad de ver esas otras realidad, pero hay mucha gente que no tienen esa opción, crece, se desarrolla y muere y no tiene la mínima idea de lo que paso en el mundo. Aunado a la actitud paternalista, de esperar a qué va hacer el gobierno por nosotros y eso viene de mucho tiempo atrás, esos hábitos tienen que cambiar en la sociedad, la mentalidad de no dejarle lo demás a los partidos políticos o a determinado candidato.

13.- Ve alguna solución a esta crisis que vive tanto Estado-medios-sociedad

Reportero Grupo Imagen Multimedia:

No siento que haya una crisis social, si hay un descontento como en todos lados, desde que recuerdo siempre la a habido, es un descontento social, siempre dicen que el dinero no alcanza, que sube el huevo, la tortilla, todo es igual, no creo que sea algo tan fuerte para la sociedad, si lo fuera ya estuvieran haciendo algo.

Cuando esto tenga un aspecto más generalizado, que mucha gente este sin comer, como en Venezuela, les racionan el papel de baño, los frijoles, les dan de poco en poco, sólo cuando haya algo así y se afecte a la mayoría de las personas es cuando va haber una revolución. Siento que no está bien, pero no creo que la gente esté tan mal como se ve, no hacen nada. Ve cuántos carros nuevos hay, no cuestan cincuenta mil pesos. No estamos tan bien, pero tampoco a punto de una revolución social, no creo que estemos tan mal para un estallido social.

14.- Con respecto al papel tan importante de los comunicadores de Televisa, finalmente se le preguntó al periodista de La Jornada si él sabía sobre la salida del fallecido Jacobo Zabludovsky de la empresa Televisa, siendo que era uno de los líderes de opinión más trascendentes.

¿Por qué salió Jacobo Zabludovsky?

Abraham Zabludovsky tenía junto con su papá el noticiero más importante, era el de mediodía y Jacobo lo preparó para darle el lugar a su hijo, aunque él no compartía su ideología, se encontraba preparado, cuando llega el momento del cambio Azcárraga no le concede el lugar a Abraham. Esto probablemente pase también con Joaquín López cuando le digan que es el momento del cambio, no creo que sea Loret de Mola, es una persona muy frívola.

En 2000 echan a Jacobo, él y su hijo tenían la peregrina idea de que Abraham iba a ser el heredero de Jacobo en el noticiero, en ese momento Televisa estaba reestructurando, estaban negociando, Incluso en ese entonces con Carlos Slim como socio.

Se decidió colocar a Guillermo Ortega quien posteriormente sería reemplazado por Joaquín López En el 2000. Guillermo Ortega era carga maletas de Emilio Azcárraga Milmo, el papá, era el chavo que andaba siempre con el señor, eso le produjo el premio de ser el títere del principal noticiero de Televisa.

En ese inter llega López Dóriga, empieza a tener un relanzamiento, porque 15 años antes ya había estado en TV Azteca, lo que antes era canal 13 del gobierno. López Dóriga, hay que reconocerlo, tuvo la virtud de salir de las cenizas porque había pasado por toda clase de tragedias, desde el consumo de cualquier clase de cosas, muchos excesos, López Dóriga a partir de que empieza a cubrir por el Heraldo de México la presidencia la República con Salinas de Gortari, comienza a regenerarse, en términos de la regeneración del ser humano, tenía mucha relación con los presidentes, Con Salinas, Con Zedillo, llega la coyuntura de que se va el

principal presentador del noticiero 24 horas, aparte Jacobo había estado enfermo le dio cáncer de piel, no tardó mucho en llegar el sustituto.

¿Cree que la salida De los Zabludosky se debió a la imagen desgastada de Jacobo?

La imagen de Jacobo era la imagen que López Dóriga tiene ahora, ser el vocero del sistema, Jacobo estaba muy desgastado, había pasado lo del 85, muchas cosas; la sociedad era distinta obviamente, para muchos era el vocero del presidente, imagínate vocero de Díaz Ordaz, Echeverría. Por ende el hijo de Jacobo no podía tomar su lugar, a Televisa no le convenía, seguramente tuvieron que ver muchos otros factores conjugado con un capricho de Azcárraga.

No faltara el día que alguien sustituya a López Dóriga de un día para otro sin más explicación lo vamos a ver aparecido ahí , no nos van a decir nada, sólo este cuate se queda y ya.

Conclusiones

La televisión es reflejo de la sociedad, pero también lo es del sistema, ya sea político o empresarial, la televisión sigue siendo el medio con más penetración a nivel nacional, pese al avance tecnológico que representa la Internet.

La televisión más que ningún otro medio ha sido uno de los más influyentes, no sólo socialmente, sino económica, política y hasta empresarialmente. La televisión representa, más allá de sus productos audiovisuales una carga importante de intereses particulares, propagandísticos, comerciales e ideológicos. Éste medio es un impresionante mosaico de entretenimiento, pero sobre todo de poder e influencia hacia las audiencias.

Se vive a través de la pantalla, se siente y se forma un pensamiento por medio de las imágenes. En pleno 2016 la mediatización de la vida pasa por el filtro llamado televisión; por esa pantalla cuadrada o rectangular que técnicamente pareciera servir solamente para transmitir telenovelas, noticias, programas de revista o deportes.

Es un medio que enajena gracias a ese tipo de programación y también logra paralizar o fomentar el terror por medio de imágenes, sonido, movimiento y las transmisiones en vivo de los sucesos locales, nacionales e internacionales.

Se vive una realidad hipermediatizada, absolutamente todo se vuelca hacia el espectáculo, una sociedad de la información vista desde la espectacularización, donde la comunicación audiovisual se traduce en un fenómeno social lleno de matices culturales e ideológicos, muchos de ellos con base en los medios de comunicación.

Viajar a través de las pantallas para obtener información es algo cotidiano en la actualidad, las personas ven el televisor en la intimidad de su hogar, en los ratos libres de la oficina, en la escuela o en las transcurridas calles del país, cualquier

espacio es suficiente para colocar un televisor, entretenerse, informarse o simplemente utilizarlo de compañía mientras se realizan actividades cotidianas, es esa voz que nunca para.

Ese aparato que ha acompañado a los mexicanos por más de 70 años como el príncipe casualmente, se encarga de entretener, informar y divertir a una audiencia acostumbrada a ella. Sea fútbol, películas, documentales, entrevistas, noticieros o concursos, ahí se encuentran frente a ella miles de individuos; aparato emisor de emociones, pensamientos e ideologías son recibidos en alguna habitación.

Los medios de comunicación electrónicos han tomado un papel fundamental en la vida política, económica, educativa y social en México. A pesar de que en pleno 2016 la Internet ha llegado a tener un auge bastante importante, la televisión sigue siendo un aparato con amplia cobertura debido al lenguaje audiovisual, a la comunicación sin palabras complicadas que se utiliza para captar la atención del espectador.

Si bien la Internet es una de las herramientas más utilizadas en el siglo XXI por los jóvenes y no tan jóvenes en México y a nivel mundial. En 2014 de acuerdo con datos publicados por El Universal, sólo 3 de cada 10 hogares contaban con este servicio, lo que explica el por qué la televisión sigue siendo el medio con más penetración.

En pleno 2016 pareciera que el contexto nacional no ha cambiado, al contrario encontramos un panorama cada vez más desalentador gracias a las tan esperadas reformas sugeridas por el Poder Ejecutivo e implementadas por los tres poderes. Sin embargo, quienes han ganado más durante todos estos años han sido los medios y en especial las televisoras.

En México la historia de la televisión no se entiende sin dos grandes empresas: Televisa y TV Azteca, éstas no serían lo que hasta hoy, si no tuvieran el apoyo de todos los presidentes. Las televisoras se han convertido desde hace ya varias

décadas en un partido político; cualquiera que sea, ellos reman hacia dónde va la corriente, no quieren perder, al contrario desean y están obteniendo un papel muy importante en la vida social y política del país.

La población se encuentra expuesta cotidianamente a los mensajes transmitidos de los medios de comunicación de forma deliberada, son el blanco para las campañas constantes que llevan a cabo las televisoras, ya sea en contra de una persona (para desprestigiarla), de un partido político, líder de opinión. Distraer la atención de las personas o enajenar es uno de los objetivos de los dueños de los medios y el gobierno.

Es un triángulo perfectamente establecido donde cada uno juega el rol que le toca (gobierno-política-medios); sin dejar a un lado la participación del poder militar que utiliza la fuerza para amedrentar, pero sobre todo, para silenciar a una sociedad harta y desilusionada, sirviendo al gobierno para apaciguar, enajenar y alentar la apatía política. Paradójicamente, aunque los medios no utilizan la fuerza como forma de callar a los individuos, usan una herramienta más importante y con incidencia en los mexicanos: la información.

Muchos intelectuales y críticos consideran que la televisión en unas décadas será parte del pasado, por el momento no es así. Aunque un porcentaje de la población tiene la posibilidad de contar con Internet en su casa o datos móviles en su Smartphone, no quiere decir que la gran mayoría de los mexicanos se entere de los acontecimientos nacionales, internacionales y locales a través de plataformas tecnológicas; y de tener la posibilidad es una minoría quien las usa para informarse.

Por lo que ni siquiera la Internet u otros medios de comunicación en México funcionan para salir de la enajenación y apatía política en la que vive constantemente el mexicano.

Factores como los mencionados hacen que la televisión en pleno siglo XXI tenga un importante influjo no sólo social sino también político, ejemplo, en las últimas décadas se ha visto un significativo incremento de la transmisión de informaciones gubernamentales en los medios de comunicación, en especial en la televisión, sin importar que esto signifique un millonario gasto por parte del sistema político.

Desde sus inicios los concesionarios han tomado esos elementos (los recursos económicos provenientes del gobierno y de la publicidad) para obtener beneficios, olvidando al receptor que diariamente se entera de los hechos mundiales, nacionales y locales, a través de sus noticieros estelares como los de: Televisa, TV Azteca, Canal 11, Cadena 3, siendo los dos primeros, los más vistos e importantes en la creación de la *agenda de medios* y en el rumbo que tomará la opinión pública.

En este punto es donde cabe mencionar que los líderes de opinión televisivos son creados artificialmente, la opinión que les genere un tema, será el punto de partida, para muchos mexicanos, incluso para el sistema político para crear un punto de vista con respecto al contexto. Por ello, es que la televisión junto con sus líderes o voceros crean la mancuerna idónea para comunicar de forma precisa lo que desean, obteniendo que las personas crean que lo que se observa es lo que en realidad pasó.

Lo mencionado no significa que exista una audiencia que no tenga un pensamiento crítico, autónomo, sin embargo, sus ideas de cierta manera se conforman por su contexto y en gran medida por la información que les dan los medios.

Y como el modelo que impera en la televisión mexicana es el comercial, las dos grandes televisoras en el país, Televisa y TV Azteca, han sabido explotar ese aspecto no sólo en la transmisión de *reality shows*, programas de revista, espectáculos, telenovelas y noticieros que forman parte de un producto televisivo vendible y por tanto no dejan de ser espacios con fines comerciales. Ya nada

queda excluido del sistema económico en el que el ser humano se encuentra, información es sinónimo de poder.

Esto ha llevado, con el paso de las décadas a que la información se vea como una herramienta que se puede mercantilizar, y no como un bien social o un derecho *per se* del hombre.

Vista la información desde esa óptica, ésta se ha convertido en un asunto de poder, y quien cuenta con suficientes datos, tiene el poder de hacer con ello lo que convenga a sus intereses; así es como lo han llevado a cabo los magnates de la comunicación en el país.

En este sentido los informativos televisivos han tomado gran relevancia dentro de una sociedad analfabeta, con reducidas probabilidades de aspirar a estudiar y con pocos recursos económicos para adquirir un diario o comprar un servicio de internet que le permita acceder a otro tipo de medios electrónicos y por tanto a investigar o tener otra perspectiva distinta sobre los acontecimientos o simplemente por la educación histórica no les interesa informarse, aunque tengan la posibilidad de acceder a otros medios de comunicación.

Una sociedad poco informada se encuentra frente a los noticieros televisivos, un mosaico de entretenimiento que más que informar hace de los datos políticos, económicos, sociales, educativos y culturales algo efímero y sin importancia.

Los asuntos importantes se vuelven banales, fugaces, un circo que le da cabida a los chismes, al espectáculo, a los deportes ¿para qué? Para entretener, distanciar y enajenar políticamente.

El sistema político aprovecha el poder de influencia que tiene la televisión para hacer creer a la gente que la economía va en mejora, que la pobreza ha disminuido sustancialmente, que todos los niños y jóvenes tienen acceso a una educación de calidad, que más empresas extranjeras invierten en el país y

generan empleos; que con “6 mil pesos los mexicanos pueden pagar un automóvil, renta y la educación de sus hijos”- como lo expresó en el año 2011 el Secretario de Hacienda Ernesto Cordero-, que la violencia y corrupción han disminuido gracias al buen trabajo que desempeñan las instituciones gubernamentales.

De manera que el público recibe una información segmentada, trabajada y con la influencia de una línea editorial, empresarial y política, que lógicamente determina que sí y no se transmite, existen muchos intereses de por medio.

La relación entre gobierno y medios de comunicación sólo le ha generado ganancias millonarias a las televisoras, repercutiendo en la manera en que se le mantiene informado a los mexicanos, todo se coordina desde las altas esferas del poder político y empresarial.

Todos los elementos se conjugan, se lleva a cabo una estrategia comunicativa bien armada desde el interior de cada una de las televisoras para anunciar lo que a ellos les genera más ganancias económicas, más concesiones, en pocas palabras más poder.

Mientras el mexicano se sienta en la sala de su casa a ver y escuchar lo bien o mal –de acuerdo a la percepción del presentador- cómo realizan su trabajo los diputados, senadores, corregidores, ministros, policías, al minuto se olvida de ello, porque el presentador del informativo televisivo pasa de una nota amarga a comunicar que la Selección Mexicana de Fútbol se está preparando para ir al próximo Mundial de Fútbol.

Así de simple sin ningún detalle o análisis se emite sin preocupación los datos que considera la empresa “significativos” para la audiencia, y se recibe sin mayor desarrollo, sin profundidad la información, se deja guiar por las imágenes, el audio y la narración.

En México el contexto actual es muy complejo, está lleno de contradicciones, con una ciudadanía que olvida sus derechos y obligaciones, entre ellas inmiscuirse en la política y no únicamente ir a votar y dejar que los políticos “resuelvan” las carencias en las que se encuentra la sociedad, si eso sigue pasando será cada vez más difícil salir de la crisis que se vive.

Si bien es cierto que el gobierno tiene la obligación con los ciudadanos de implementar políticas que beneficien y aumenten la productividad del país, el individuo también se encuentra obligado a inmiscuirse en los asuntos políticos de su nación o al menos en los asuntos públicos de su entorno más cercano.

Los medios de comunicación realizan bien su labor, —su momento— el de informar al receptor sobre lo que pasa y generar por medio del presentador del noticiero o algún programa una opinión con respecto a los temas nacionales, logra su cometido, enajenar, abstraer, distraer, tan bien, que logran incidir de manera importante en la opinión del público, que no es un individuo pasivo, pero gracias a su condición histórica le es un medio fácil para obtener datos.

La “realidad” creada por la televisión y en especial por los informativos, aunque muchas veces no tenga nada que ver con la “realidad” habitual del mexicano, la televisión se encarga de generar un lenguaje audiovisual bien argumentado para que, lo que se observa a través de la pantalla, sea “real”, tan “real” que no quepa la menor duda de que en verdad así fueron los hechos.

Entonces hablar de enajenación política toma relevancia cuando el mexicano se sabe y expresa harto de la situación en la que vive, de la inseguridad que percibe, de la violencia que aumenta, de la falta de oportunidades educativas, económicas y laborales que existen, de la censura a la libertad de expresión, de la ineptitud de los políticos, de la represión, y de muchos otros elementos que coexisten en el país, pero no participa y no levanta la voz, no se organiza con los demás para lograr tomar espacios en los que pueda accionar el cambio y no quedarse en la incertidumbre esperando a que el gobierno lo resuelva.

Los medios no son el único factor determinante para influir en la apatía política mexicana, pero sí es un elemento que contribuye a desmovilizar, enajena, donde la política es vista como algo sucio en el que es mejor no meterse para no ser igual.

Apatía o enajenación política es consecuencia de una población conquistada no sólo por los españoles, sino por la imagen y el audio que han llegado para crear imágenes en la cabeza, otras realidades, realidades que se alimentan de la cotidianidad, pero no muestran lo que en verdad pasa, es una realidad maquillada, difusa y extraña.

La televisión es el único medio accesible con el mundo exterior para gran parte de la población mexicana; medio que por tanto tiene una gran trascendencia comunicativa y por ende incidencia y repercusión en la actitud del individuo hacia ciertas actividades políticas, económicas, sociales y hasta culturales.

Es un medio que participa como elemento noticioso, forma parte de la “realidad” esa realidad que como se mencionó a lo largo del trabajo es inventada, tiene poco o nada que ver con el contexto en el que conviven cotidianamente las personas, es una realidad mediatizada.

A pesar de todo ese entramado que se lleva a cabo en los medios de comunicación, específicamente en la televisión y en sus programas informativos, éstos generan cierta predisposición hacia lo que acontece en el país y también a nivel internacional, generando sentimientos de apatía o empatía (según convenga), enajenación y obviamente distanciamiento hacia la vida política del país.

El contexto es muy complejo para caer en la falsa idea de que los noticieros son la causa predominante de la enajenación política, sin embargo, sí forman parte de las causas multifactoriales que permean en la enajenación política mexicana.

La información se acopla a las diferentes ambiciones de las personas que se encuentran dentro del negocio de las comunicaciones y claro que incide en la formación de un gran número de población, como ya se mencionó.

Si no se tiene un pensamiento crítico y analítico parece poco probable que la situación de enajenación política cambié, al contrario, los medios, la televisión, los informativos seguirán haciendo uso de la información sin ninguna restricción, sin remordimiento, siempre teniendo en mente las ganancias financieras, el poder que ostentan y tratando de poner las piezas clave en el Senado, Cámara de Diputados y el Ejecutivo, para que se aprueben leyes que les otorguen más beneficios.

En el siglo XXI la enajenación es un concepto vigente, que se encuentra vinculado al ámbito social y político, más que económico visto desde una perspectiva laboral como en un principio lo planteó Marx.

Cuando se vincula la enajenación con la política, no es que el concepto se transforme, sino que toma otro significado, siendo más un sentimiento de alejamiento social, provocado en parte, por los medios de comunicación y los noticieros, dando como resultado un comportamiento de apatía o empatía.

Hoy en día es innegable el rol que juegan los medios en la configuración y percepción de la realidad del mundo, si se juzga o se enaltece a una figura política o de otro ámbito es a partir de lo que se observa en la televisión. Todo forma parte de la triangulación que se hace desde las entrañas de las televisoras, de eso depende el tipo de datos que se da en los informativos, si conviene o no a las altas esferas del poder se transmite de tal o cual manera, sino simplemente no pasa.

Y sino pasa a través de la pantalla es como si no existiera, entonces lo que no se difunde es como si no coexistiera con la realidad del país o del mundo. Es así como nos detenemos a pensar si realmente la ética periodística se ejerce, aunque los reporteros y periodistas que laboran tratan de ser honestos con su trabajo, ya que por decreto de la empresa o de la línea editorial de los medios puede que los datos no se difundan o simplemente sean editados para comunicar lo “esencial” de la nota, entonces parece que la ética y los valores se convierten en una moneda de cambio.

La enajenación y la apatía política es un tema que seguirá en la mesa de debate, crítica y análisis. Puesto que los medios de comunicación seguirán transmitiendo programación enajenante, triangulada y originada con base a intereses en un país donde se le presta más atención al fútbol que a la ciencia, cultura, educación y a la misma política.

Bibliografía

ALMOND, Gabriel. VERBA, Sidney. *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en cinco naciones*. Ed. Euramerica, S.A. Madrid, España, 1970.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre la televisión*. Ed. Anagrama, Barcelona, 1996.

CEREZO, M. *Teorías sobre el medio televisivo y educación: el discurso de la televisión*. Grupo Imago. Granada, 1994.

CASTELLS, Manuel. *Comunicación y poder*. Alianza. Madrid España, 2009.

ECO, Umberto. *La estrategia de la ilusión. TV: La transparencia perdida*.

ESTEINOU MADRID, Javier. *Los medios electrónicos de difusión y la sociedad de la información*, SER, México, 2011.

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*. Ed. Juan Pablo, 1998.

GARRIDO, Luis Javier. *El partido de la Revolución Institucionalizada (medio siglo de poder político en México) La formación del nuevo estado (1928-1945)*. Ed. Veintiuno.

IMBERT, Gerard, Et. al. *Televisión y cotidianidad (la función social de la televisión en el nuevo milenio)*.

LEVIS, Diego. *La pantalla ubicua (Televisores, computadoras y otras pantallas)*. Ed. La Crujía. Buenos Aires, 2009.

MÁRQUEZ, Graciela. *Nueva Historia general de México*. México, Ed. COLMEX, 2010.

MARTÍN BARBERO, Jesús. CHICO DE GOIS, Francisca. Et. Al. *Los telepresidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Bogotá. 2008.

MARTÍN SERRANO, Manuel. *Teoría de la comunicación. I Epistemología y análisis de la referencia*.

Mc Quail, Denise. *Sociología de los medios masivos de comunicación*. Buenos Aires. Ed. Paidós, 1979.

NATANSON, José, Rodríguez Jacinto. Et. al. *¿Por qué nos odian tanto? [Estado y medios de comunicación en América Latina]*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Bogotá. 2010.

NAVARRO ZAMORA, Lizy. DE LARA BASULTO, Francisco. *Teoría general de la comunicación. Recorrido histórico*.

NEUMANN, Noelle, Elisabeth. *La espiral del silencio*. Ed. Paidós.

ORTÍZ MIRAFUENTES, Fernanda. *Estudio de los medios de comunicación como poder ideológico ante la sociedad*. Licenciatura. México, Universidad Nacional Autónoma de México, FCPYS, 2013.

PAOLI, J. Antonio. *Comunicación e Información, Perspectivas Teóricas*. 14ta ed. México, 2005. Ed. Trillas.

PAPPENHEIM, Fritz. *La enajenación del hombre moderno*. México. 1965. Ed. Era.

RAMOS, Samuel. *El perfil del hombre y la cultura en México*, Ed. Planeta Mexicana, México, 2001.

REVELES VÁZQUEZ, Francisco. *Partido Revolucionario Institucional. Crisis y refundación*. Ed. Gernika, México, 2003.

SÁNCHEZ RUÍZ, Enrique. *La investigación sobre televisión en México 1960-1988 (Un acercamiento descriptivo)*.

SCHAFF, Adam. *La alienación como fenómeno social*. España, Ed. Grijalbo.

SCHERER, Julio. *Los presidentes*. Ed. Grijalbo.

SARTORI, Giovanni. *La Política. Lógica y método en las ciencias sociales*. Ed. Fondo de Cultura Económica. México, 1984.

SARTORI, Giovanni. *Qué es la democracia*. Ed. Patria. México. 1993.

S/A. *Documentos 1. PRI IV Asamblea Nacional Ordinaria*, México, D.F, 1965

TOUSSAINT, Florence. *Televisión sin fronteras*. Ed. Siglo XXI, México, 1998.

VALQUI CACHI, Camilo. PASTOR BAZÁN, Cutberto. *Capital, poder y medios de comunicación: una crítica epistémica*. Ed. Martínez Compañón Editores. Guerrero, México. 2009.

VELÁSQUEZ GARCÍA, Erik. NALDA, Enrique. Et. Al. *Nueva Historia general de México*. Ed. El Colegio de México. 2010. (segunda reimpresión, 2013).

VIZZUET AGUIRRE, Javier. *El partido de la Revolución. Historia, estructura y predominio del Partido Revolucionario Institucional*.

Hemerografía

ALMEYRA, Guillermo. *México: lo viejo y lo nuevo*. La jornada. 28.12.14. P.16.

LEÓN, Ariel. Redacción. *Mexicanos ven 1.8 horas de tv al día*. El Universal. 26-7-15, Sección Espectáculos E6. Consultado el 27-7-15.

S/A. *Balance de la ANAD de 32 años de neoliberalismo*. La jornada. 30.12.13. p. 2.

Tesis

GARCÍA, Daniel. *El afán de los medios de comunicación de control de la realidad y sublevación: La Psicosis como resultado posmodernos del ideal neurótico y el miedo a la histeria*. (Tesis de Licenciatura), 2013, Universidad Nacional Autónoma de México, FCPYS, México.

Filmografía

Pantalla de cristal, [Documental] producido por Canal 22, Conductor: Elvira García 2012, 83 min.

Hecho en México (E.UA. 2012). Director: Duncan Brigeman. Con la participación de: Chavela Vargas, Julieta Venegas, Gloria Trevi; Laura Esquivel, Blue Demon, Elena Poniatwska Amor, Café Tacuba, Juan Villoro; Alejandro Fernández, Daniel Giménez Cacho, Natalia Lafourcade. Género: Documental. Clasificación: B.

Cibergrafía

ABUNDIS, Francisco. *Los medios de comunicación en México*. Disponible en: http://www.amai.org/pdfs/revista-AMAI-13_art8.pdf. <http://bit.ly/1OnGXcd>
Recuperado de: [www.amai.org] Consultado el: 3-11-14 a las 12:34 p.m.

AGUILAR, Roberto. *Eco, un fracaso de Televisa*. Disponible en: [www.eluniversal.com] Recuperado de: (<http://eluni.mx/1MV1djj>) Consultado el 21/3/15 a las 16:05 p.m.

ALMEYRA, Guillermo. *México: lo viejo y lo nuevo*. La jornada. 28.12.14. P.16.

ÁLVAREZ GONZÁLEZ DE CASTILLA, Clara Luz. *Análisis de las reformas a la ley federal de telecomunicaciones*. Disponible en: (<http://bit.ly/205A98L>) Consultado el 12-01-15 a las 13:34 p.m.

Asociación valenciana de Consumidores y Usuarios (AVACU). *Influencia de la televisión en niños y jóvenes*. PDF.

BARBERO, Martín. CHICO DE GOIS. Et. al. *Los telepresidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Bogotá, 2008.

BARROSO GARCÍA, Jaime. *El Proceso de la Información de Actualidad*. En PAJONI, Hernán. *La Realidad en la Información Televisada*. Revista RE. Año 1, Nº2, enero-julio 2007, 61-80.

BOHMANN, Karin. *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*.

CALVO, Nicolás. *Teoría de los medios de comunicación: Pierre Bourdieu y la tv (10-10-2008)*. Disponible en: <http://bit.ly/1N2ZwPp> _Consultado el 22-11-14 a las 14:32 p.m.

CANTÚ, Ariadna. *¿Qué ves cuando me ves?* Encuentro Panamericano de Comunicación. Córdoba, Argentina, 2013.

CASTILLO ESPARCÍA, Antonio. *Los medios de comunicación como actores sociales y políticos. Poder, medios de comunicación y sociedad*. Disponible en: <http://bit.ly/1pEeUF5> Consultado el 17-10-14 a las 11:15 a.m.

CONDADO, Arturo. *La "Dictadura Perfecta", una crítica al gobierno que llega desde el cine*. Disponible en:(www.mexico.cnn.com) Recuperado de: [<http://bit.ly/1tuPwps>] el 14-6-15 a las 14:32 p.m.

CORBIÉRE, Horacio. *Adam Smith y el capitalismo*. [En línea] Recuperado de: http://www.cointec.com/2003_10_ADAM_SMITH_Y_EL_CAPITALISMO.pdf

CORONA, Sonia. *El gobierno mexicano regala en año de elecciones diez millones de televisores*. Disponible en:(www.elpais.com) Recuperado de:[<http://bit.ly/1ySPX2k>] el 14-6-15 a las 18:56 p.m.

DOMÍNGUEZ CHÁVEZ, Humberto. *Los Mexicas*, Disponible en: [<http://portalacademico.cch.unam.mx>] Recuperado de: (<http://bit.ly/1PWVdq8>) Consultado el: 200-05-15 a las 12:50 p.m.

ECHEVERRÍA, Bolívar. *Modernidad y capitalismo*. [En línea] Recuperado de: [http://www.bolivare.unam.mx/ensayos/Modernidad%20y%20Capitalismo%20\(15%20Tesis\).pdf](http://www.bolivare.unam.mx/ensayos/Modernidad%20y%20Capitalismo%20(15%20Tesis).pdf)

ENRÍQUEZ, Mauricio. *El concepto de "enajenación" en el joven Marx*. Recuperado de: <http://agorapoliticafilos.blogspot.mx/2011/04/el-concepto-de-enajenacion-en-el-joven.html>

ESPINO SÁNCHEZ, Germán. *La transformación de la comunicación política en las campañas presidenciales de México*. Vol. 18. Número 56. Mayo-agosto.

ESTEINOU MADRID, Javier. ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. Et. Al. *La "Ley Televisa" y la lucha por el poder en México*. Universidad Autónoma Metropolitana. México, 2009.

FAVELA MARTÍNEZ, María de los Ángeles. *El rol de los medios de comunicación en el régimen democrático. El proceso de la comunicación en el ámbito político*. Sexto Certamen de Ensayo Político.

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*.

GARCÍA HERNÁNDEZ, Arturo. *Nunca creí que hubiera conjura comunista en 68: Zabludovsky*, Disponible en: www.jornada.unam.mx Recuperado de: (<http://bit.ly/1HemmVI>). Consultado el 21/03/15 a las 0:31 a.m.

GRABER, Doris. *Mass Media and American Politics*, 2ª edición. En McCombs, Maxwell. *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios de comunicación en la opinión pública y en el conocimiento*. Ed. Paidós, Reino Unido, 2006.

HEINZ, Zeta. *Televisa, el PRI y la historia de México*. SDP Noticias. 15 de agosto de 2012. Recuperado de: (<http://bit.ly/1ElriSs>) Consultado el 11-10-14 a las 13:57 p.m.

IMBERT, Gerard, otros autores. *Televisión y cotidianidad (la función social de la televisión en el nuevo milenio)*. PDF.

ISLAS, Octavio. *Seis años de indefinición en materia de telecomunicaciones*. Recuperado de: (<http://bit.ly/1CNJ1Hs>) Consultado el 10-1-15 a las 18:54 p.m.

ISLAS, Octavio. Gutiérrez, Fernando. *¿Cómo pasamos del "yo no pago para que me peguen" al "yo no leo porque me pegan"?* Recuperado de: <http://bit.ly/18Rj5No> Consultado el 23-1-15 a las 18:44 p.m.

JIMENEZ MORALES, Óscar Antonio. *La desilusión sexenal*. Disponible en: (<http://www.eumed.net>) Recuperado de: (<http://bit.ly/1QGrcAQ>) Consultado el 25-3-16 a las 1:52 a.m.

LONGO, Verónica. *Medios de comunicación y periodismo: sus tensiones políticas*. Razón y Palabra. Número: 43.

LEÑERO, Vicente, *La conversación de Jacobo Zabludovsky*, Disponible en: (<http://bit.ly/1kq6lCb>) Recuperado de: [www.proceso.com.mx] Consultado el 21/3/15 a las 15:18 p.m.

LÓPEZ, ESCOBAR, Esteban. *Agenda-setting: investigaciones sobre el primero y el segundo nivel*. Recuperado de: (<http://bit.ly/1kEnBoG>) Consultado el 13-01-15 a las 12:45 a.m.

LÓPEZ OLVERA, Miguel Alejandro. *Las concesiones en materia de telecomunicaciones en México*. Investigaciones Jurídicas de la UNAM.

LONGO, Verónica. *Medios de comunicación y periodismo: sus tensiones políticas*. Razón y Palabra. Número: 43.

LOZANO RENDÓN, José Carlos. *Políticas de comunicación y telecomunicaciones en México*. Recuperado de: (<http://bit.ly/1EnjYGk>)_ Consultado el 22-2-15 a las 19:12 p.m.

LUNA PLA, Issa. *Medios de comunicación y democracia: Realidad, cultura cívica y respuestas legales y políticas*. Razón y Palabra. Número 23. Disponible en (www.razonypalabra.org.mx) Recuperado de: [<http://bit.ly/1LcrZpi>] el 16-6-15 a las 2:41 a.m.

MARTÍN DE LA FUENTE, Santiago. *No es lo mismo ver la televisión que leer un libro*. PDF.

AGUILAR, Roberto. *Eco, un fracaso de Televisa*, Disponible en: (www.eluniversal.com) Recuperado de: (<http://eluni.mx/1MV1djJ>) 21/3/15 a las 16:05.

MARTÍNEZ FAVELA, María de los Ángeles. *Medios de comunicación en el régimen democrático. El proceso de la comunicación en el ámbito político*. Recuperado de: <http://bit.ly/1lgUcam> Consultado el: 12-3-15 a las 23:16 p.m.

McCombs, Maxwell. *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios de comunicación en la opinión pública y en el conocimiento*. Ed. Paidós, Reino Unido, 2006.

MARTÍNEZ, José Luis. *No tengo cadáveres en el clóset*. Disponible en: [www.milenio.com] Recuperado de: (<http://bit.ly/1xH7oim>) Consultado el 20/03/15 a las 13:48 p.m.

M. ZAFRA, Juan. *La televisión que viene*. Ed. Evoca. PDF

MAYOAL JÍMENEZ, Isabel. *Salario promedio lejos de 6,000 pesos*. Disponible en: <http://bit.ly/1CLdICB> Consultado el 18-3-15 a las 24:55 p.m.

MEYER LORENZO. *Ya no es lo que fue: el Estado*, Disponible en: (www.lorenzomeyer.com.mx) Recuperado de: (<http://bit.ly/1Bgj3VY>) Consultado el: 21/3/15 a las 2:26 a.m.

MORENO, Martín. *López-Dóriga: nuevo presidente del INE*. Sin Embargo. 14-01-15 Disponible (<http://www.sinembargo.mx>) Recuperado de: [<http://bit.ly/1u4mceP>] Consultado el: 16-7-15 a las 14:25 p.m.

OBACH, Xavier. *Periodista de TVE en el libro CD Educación para la Comunicación. Televisión y Multimedia*. Máster de Televisión Educativa. 2001.

OLMEDO, Salar Silvia. *Comprender la comunicación, de Antonio Pasquali*. Recuperado de: <http://bit.ly/18zOvYo> Consultado el 22-3-15 a las 20:11 p.m.

PAJONI, Hernán. *La realidad en la Información Televisada*. Revista RE. Año 1, N° 2, enero-julio 2007, 61-80. Argentina, Buenos Aires. 18-7-07.

PERAL, Carlos. *Seis curiosidades sobre Jacobo Zabludovsky*, Disponible en: (www.sexenio.com.ms) Recuperado de: (<http://bit.ly/1xapD4S>) Consultado el: 16-7-15 a las 14:00 p.m.

POPKIN, Samul. *The Reasoning voter. En McCombs, Maxwell. Estableciendo la agenda. El impacto de los medios de comunicación en la opinión pública y en el conocimiento*. Ed. Paidós, Reino Unido, 2006. PDF.

QUIN, Robin. *Ideología y medios de comunicación*. Recuperado de: <http://bit.ly/1FZxlke> Consultado el 20-3-15 a las 23:12 p.m.

RAMOS, Dulce. *¿Quiénes llevarán los intereses de las televisoras al Congreso?* Disponible en: (<http://www.animalpolitico.com>) Recuperado de: [<http://bit.ly/1GVm0OG>] Consultado el: 3-7-15 a las 14:05 p.m.

RENDÓN LOZANO, José Carlos. *Políticas de comunicación y telecomunicaciones en México. El estado frente a las estructuras de propiedad y control*. Recuperado de <http://bit.ly/1EnjYGk> Consultado el: 3-7-15 a las 14:05 p.m.

RICAURTE, Paola. *Televisa, el gigante de los medios en México*. Disponible en (<https://mediosfera.wordpress.com>) Recuperado de: [<http://bit.ly/1GJxtFa>] Consultado el 2-7-15 a las 15:40 p.m.

RODRÍGUEZ, Armando. *Libertad de expresión en México: el modelo del PAN y el del PRI*. Recuperado de: http://www.fundacionpreciado.org.mx/biencomun/bc218/Armando_Rodriguez.pdf el 27-2-2015. Consultado el 2-7-15 a las 15:40 p.m.

RODRÍGUEZ GÓMEZ, Roberto. *Televisión, televisoras y crisis educativa en México*. Núm. 542. Recuperado de:[www.ses.unam.mx] Disponible en: <http://bit.ly/1DtrUld> Consultado el: 17-04-15 a las 22:29 p.m.

RODRÍGUEZ CERVANTES, Armando. *Libertad de expresión en México: el modelo del PAN y el del PRI*. Recuperado de: <http://bit.ly/1EBtlfP> Consultado el 8-1-15 a las 21:02 p.m.

RODRÍGUEZ DÍAZ, Raquel. *Teoría de la Agenda Setting aplicación a la enseñanza universitaria*. A.F Alaminos. Madrid, 2004.

ROJAS, Héctor. *Analfabetismo en México, una realidad de alto riesgo*. Disponible en: [www.educacionfutura.org] Recuperado de: <http://bit.ly/1wKrR9H> Consultado el: 23-10-13 a las 12:34 p.m.

RUBIO, Francisco. *Sale del aire promocional del PRD con López Dóriga*. 19-2-15 Disponible en: (<http://www.noticiasmvs.com>) Recuperado de: [<http://bit.ly/1FynkLE>] el 16-7-15 a las 14:49 p.m.

SÁNCHEZ, Enrique. *Hacia una cronología de la televisión mexicana*. Recuperado de: <http://bit.ly/1GHQ9CE> Consultado el 6-10-14 a las 24:00 p.m.

SCHENONI LEANDRO, Luis. *El concepto de lo político en Nicolás Maquiavelo*. Andamios. Revista de Investigación Social. UACM. Vol. 4, núm. 7-12-2007.

SCHERER GARCÍA, Julio. *Vivir*. Ed. Grijalbo. Disponible en: [<books.google.com.mx>] Recuperado de: (<http://bit.ly/1IcDljw>). Consultado el 6-10-14 a las 24:00 p.m

SCHERER GARCÍA, Julio. *De Scherer sobre Zabudovsky: La vida que desprecio*. Revista Proceso, 7-julio-2015. Disponible en: (<http://www.proceso.com.mx>) Recuperado de: [<http://www.proceso.com.mx/?p=409921>] Consultado el 16-7-15 a las 15:14 p.m.

SOSA PLATA, Gabriel. *Telebancada desde siempre*. Disponible en: (<http://www.mediatelecom.com.mx>) Recuperado de: [<http://bit.ly/1JljSOI>] el 3-7-15 a las 14:05 p.m.

SOSA PLATA, Gabriel. *Medios electrónicos, democracia y elecciones*. PDF. P. 13. Trejo Delabre, Raúl. *Bajo el imperio de la televisión. Infoamérica, Los medios en países emergentes*.

S/A. *Cronología de la historia de la TV en México*. Recuperado de: (<http://bit.ly/1CyE6tU>) Consultado el 19-2-15 a las 12:44 p.m.

S/A. *Cómo Televisa y TV Azteca presionaron a Fox*. Recuperado de: (<http://bit.ly/1BAPM8o>) Consultado el 3-3-15 a las 22:01 p.m.

S/A. *Canasta Básica Mexicana 2015*. Recuperado de: (<http://bit.ly/1CmwAzd>) Consultado el: 13-4-15 a las 13:45 p.m.

S/A. *Cultura Política: los conceptos fundamentales*. Disponible en: (<http://bit.ly/1E5Q3XX>) Recuperado de [<biblio.juridicas.unam.mx>] Consultado el 3-3-15 a las 22:01 p.m.

S/A, *Discontent with Politics Common in Many Emerging and Developing Nations*, Disponible en: [www.pewglobal.org] Recuperado de: (<http://pewsr.ch/19dL1LS>) Consultado el: 19/4/15 a las 18:39 p.m.

S/A. *Desaprueba 54% de mexicanos a EPN: sondeo*. Siete24. Disponible en (www.siete24.mx) Recuperado de: [<http://bit.ly/1TmzAEg>] Consultado el: 14-6-15 a las 19.34 p.m.

S/A, *Desinterés por la política*. Disponible en: [www.eluniversalmas.com] Recuperado de: (<http://bit.ly/1P0nYUc>) Consultado el 19/4/15 a las 16:40 p.m.

S/A. *Diario Oficial de la Federación*. Disponible en: (<http://bit.ly/1zCzcYq>) Recuperado de: (<http://www.dof.gob.mx>) Consultado el 26-3-16 a las 14:08 p.m.

S/A. *Dos caminos para la independencia de México: Criollos autonomistas e insurgentes independentistas*. Disponible en: (<http://museodelasconstituciones.unam.mx>) Recuperado de: [<http://bit.ly/1PGTgk3>] Consultado el: 17-2-16 a las 19:11 p.m.

S/A. *El sexenio de Calderón, el "más violento" para la prensa, según reporte*. Recuperado de: <http://bit.ly/1LL145k> Consultado el 1-12-15 a las 18:35 p.m.

S/A. *El poder fáctico de la televisión en México. En Ricaurte, Paola. Televisa, el gigante de los medios en México*. Disponible en (<https://mediosfera.wordpress.com>) Recuperado en:(<http://bit.ly/1GJxtFa>) Consultado el 2-7-15 a las 15_19 p.m.

S/A, *Escolaridad*, [cuéntame.inegi.org. mx]. Disponible en: (<http://bit.ly/1jYJwOM>) Consultado el 22/3/15 a las 0:28 a.m.

S/A. *El concepto de "enajenación" en el joven Marx*. Recuperado de: (<http://bit.ly/1CJPXDN>) Consultado el 22/3/15 a las 0:28 a.m.

S/A. *El ataque a Excélsior también fue precedido por un boicot*. Disponible en (<http://www.jornada.unam.mx>) Recuperado de: [<http://bit.ly/1XuyM14>] el 16 de febrero de 2016 a las 12:10 a.m.

S/A. *Estos son los salarios mínimos aprobados para 2015*. Disponible en (<http://www.forbes.com.mx>) Recuperado de: [<http://bit.ly/1Hf3eEs>] el 12-1-15 a las 13:34 p.m.

S/A. *Gobierno de Peña cuadruplico gasto en medios en 2014; privilegia a Televisa y TV Azteca*. Proceso. Disponible en (www.proceso.com.mx) Recuperado de:[<http://bit.ly/1zQWUx5>] Consultado el: 14-6-15 a las 19.00 p.m.

S/A, *Historia*, [www.televisa.com]. Disponible en: (<http://bit.ly/1EEbKMP>) Consultado el 21/3/15 a las 15:44 p.m.

S/A. *Estados Unidos Mexicanos Cien Años de Censos de Población*. Disponible en (<http://www.inegi.org.mx>) Recuperado de: [<http://bit.ly/1vvUtEw>] Consultado el: 16 de febrero de 2016 a las 12:17 a.m.

S/A *Jacobo Zabłudovsky*, Disponible en:[www.zocalo.com.mx] Recuperado de: (<http://bit.ly/18OrzVI>) Consultado el: 20/03/2015 a las 13:03 p.m.

S/A. *La constitución de Apatzingán, base del sistema mexicano, cumple 196 años*. Disponible en: (<http://mexico.cnn.com>) Recuperado en: [<http://cnn.it/1mIAXAG>] Consultado el: 17.2.16 a las 19:15 p.m.

S/A. *La Ley Televisa*. Recuperado de: (<http://bit.ly/19cMJwm>) Consultado el: 27-12-14 a las 11:07 a.m.

S/A. *Lo que los mexicanos prefieren en la TV según Parametría*. Recuperado de: [www.animalpolitico.com] Disponible en: <http://bit.ly/1DYyCZ> Consultado el: 10-04-15 a las 16:08

S/A. *Los medios de comunicación masivos en el México contemporáneo*. Recuperado de: <http://bit.ly/1B4BM7F> Consultado el 19-10-14 a las 13:23 p.m.

S/A, *México desinformado*. Disponible en:[www.parametria.com.mx] Recuperado de: (<http://bit.ly/1bhES2v>) Consultado el:19/4/15 a las 17:20 p.m.

S/A. *Noticiero televisivo. Cine y televisión/sexta Ciclo de Periodismo*. Disponible: (<https://heinusac.files.wordpress.com>) Recuperado de: [<http://bit.ly/1K2CHim>] Consultado el 13-7-15 a las 15:38 p.m.

S/A. *Quiénes somos*. Disponible en: [<http://www.televisa.com>] Recuperado de:: (<http://bit.ly/1DrjKwF>) Consultado el: 19-4-15 a las 13:23 p.m.

S/A. *Reforma en Telecomunicaciones: Documento final*. Disponible en (aristeguinoicias.com) Recuperado de: [<http://bit.ly/1LcpXWg>] Consultado el: 16.6.15 a las 2:19 a.m.

S/A. *Sistema de gobierno democrático, la democracia en el mundo*. Disponible en: (<http://historiaybiografias.com>) Recuperado de:[<http://bit.ly/1KjRm63>] Consultado el: 21-4-15 a las 23:00 p.m.

S/A. *Teoría de los medios de comunicación: Pierre Bourdieu y la tv*. Disponible en:[lacocinadelperiodismo.wordpress.com] Recuperado de: (<http://bit.ly/1nObpSx>) Consultado el: 26-10-13 a las 12:56 p.m.

S/A. *Una historia de la TV en México: de 1950 a ¿la tercera cadena?* Disponible en: [www.fayerwayer.com] Recuperado de: (<http://bit.ly/1DpALui>) Consultado el: 23-01-15 a las 13:45 p.m.

TORRES, Mauricio. *Leyes de telecom, aprobadas en el Senado con preponderancia por sector*. Disponible en: (<http://mexico.cnn.com>) Recuperado de: [<http://cnn.it/1qXbbXd>] Consultado el 25-6-15 a las 15:22 p.m.

VALQUI CACHI, Camilo. PASTOR BAZÁN, Cutberto. *Capital, poder y medios de comunicación*. Una crítica epistémica. PDF.

VARGAS ROSA, Elvira. Rivera Luz María. *Es motivo de orgullo para el país tener a Televisa: Peña*. La Jornada. 7-12-14. Disponible en: [www.jornada.unam.mx] Recuperado de: (<http://bit.ly/1w5OG6v>) Consultado el: 20-4-15 a las 11:35 p.m.

VILLAMIL, Jenaro. *Televisión para jodidos*. Disponible en: [www.Proceso.com] Recuperado de: (<http://bit.ly/1q9Js87>) Consultado el 10-3-15 p.m.

VILLAMIL, Jenaro, *Televisión para jodidos*. Disponible en: [www.proceso.com.ms] Recuperado de: (<http://bit.ly/1q9Js87>) Consultado el: 22/3/15 a las 2:01 a.m.

VILLAMIL, Jenaro. *Proyecto Jorge: el plan Televisa-Peña Nieto para alcanzar la presidencia*. Proceso. 8-9-12. Disponible en (www.proceso.com.mx) Recuperado de: [<http://bit.ly/1KRhUwW>] Consultado el 14-6-15 a las 13:45 p.m.

VILLAMIL, Jenaro. *El doble filo de la Ley de Amparo: primer round entre concesionarios y EPN (Segunda parte)*. Disponible en: (<https://jenarovillamil.wordpress.com>) Recuperado de: [<http://bit.ly/1eqcr3o>] Consultado el 3-7-15 a las 15:37 p.m.

VILLAMIL, Jenaro. *La telebancada para 2015: personajes de la farándula, asesores y directivos del duopolio*. Proceso. Disponible en: (<http://www.proceso.com.mx>) Recuperado de: [<http://bit.ly/1IG5Dv5>] Consultado el 3-7-15 a las 18:48 p.m.

ZAMORA NAVARRO, Lizy. LARA BASHULTO, Francisco. *Teoría general de la comunicación. Recorrido histórico*. Recuperado de: (<http://bit.ly/19Jn7IP>) Consultado el 14-11-14 a las 13:26 p.m.

ZABLUDOVSKY, Jacobo. *México secuestrado*. Disponible en: [www.eluniversal.com.ms] Disponible en: (<http://eluni.mx/1EA9MtR>) Consultado el 21/3/2015 a las 20:34 p.m.