BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES

EL CONSUMO DE LA TELEVISIÓN EN EL MUNICIPIO DE PUEBLA Y SU INFLUENCIA EN LA CULTURA POLÍTICA

T E S I S

Para obtener el título de

LICENCIADA EN CIENCIAS POLÍTICAS

Presenta:

MARY KRISS PARRA GÓRRIZ

Directora de Tesis: Dra. Patricia Fabiola Coutiño Osorio Asesora

Otoño 2015

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES

A mi familia, a mi país y a todos quienes inspiran, creen y se esfuerzan por un país mejor.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por colmarme de oportunidades y permitirme vivir tantas experiencias, gracias por ser mi padre. Porque “todo aquel que se involucra seriamente en la búsqueda de la ciencia se convence de que algún espíritu se manifiesta en las leyes del mundo, uno bastante superior al hombre” Albert Einstein.

A mi mamita dos, gracias por enseñarme que ser mujer es ser invencible, por demostrarme que los límites no existen, gracias por ser tú. Todo el amor que me has dado, nuestra complicidad y tu forma de ver la vida me acompañaran por siempre.

A mi mamá, mamita gracias porque soy el producto de tu esmero, porque en cada una de mis palabras está tu educación, en todas mis acciones están tus pasos, y en cada respiro está tu profundo amor. Estoy orgullosa de la mujer que soy y eso es gracias a ti.

A mi papá, gracias por apoyarme, por creer siempre en mí, porque tu inmensa fe en mí me impulsa a ser mejor. Siempre serás el hombre de mi vida.

Kathya gracias por ser la mejor compañera de vida que me pudo haber tocado, sin ti mi vida no sería igual, tú le das un toque que nadie más le puede dar.

Tía Gaby y Bebita gracias por iluminar mi camino, desde dondequiera que estén su luz sigue alumbrando mis pasos.

Tío Luis gracias por estar siempre a mi lado, escucharme y asesorarme cuando más lo necesito, gracias infinitas por tus consejos llenos de amor.

Michel, Yamil y Karime con ustedes revivo recuerdos increíbles de la infancia, y construyo nuevos momentos que inspiran historias por contar.

A mis asesoras, a la Dra. Fabiola Coutiño Osorio por sus observaciones siempre llenas de experiencia y conocimiento, gracias por todo el tiempo que le invirtió a esta investigación; y a la Mtra. Beatriz Barrios Hernández, gracias por su amabilidad, disposición y por todo el interés que tuvo.

A la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla y a todos los profesores que a lo largo de 4 años y medio de estudio me dieron clases, particularmente al Dr. Francisco Sánchez Espinoza, le agradezco profundamente todas sus asesorías y el haber compartido su experiencia para la realización de este trabajo; a la Mtra. Margarita Argüelles, profesora este tema jamás habría surgido si usted no hubiera puesto tanto esmero en sus clases, al Dr. Eduardo Zamarrón, porque justo cuando uno cree que las teorías están alejadas de la realidad, usted está ahí para demostrar que no es así. Al Mtro. Rodolfo Carnejo y a la Dra. Lidia Aguilar por su ejemplo.

A todos mis amigos, a quienes me acompañan desde el kínder y a quienes se han unido en cada etapa, y cuya presencia ha llenado de risas y momentos increíbles cada recuerdo.

A Eduardo gracias por haber sido mi compañero en esta gran aventura.

Mary Kriss Parra Górriz.

Índice

Página.

Prólogo……..1

Capítulo 1: El desarrollo de la televisión

en México.

1. Historia de la televisión en México
   1.1.1 Antecedentes……..4

   1.1.2 Inicios de la Televisión en México…….8
   1.1.3Comienza el monopolio…….. 9

   1.1.4 Surge el duopolio Televisa- TV Azteca……10

1.2 Panorama Nacional del Consumo de la Televisión ……12

1.3 Funcionamiento de Televisa y TV Azteca…… 19

1.4 Marco Jurídico…….. 22

   1.4.1 Reglamentación del uso de tiempo aire por parte …… 37

de los partidos políticos.

Capítulo 2: Los medios de comunicación de masas

en la perspectiva de la ciencia política.

2.1 Los medios de comunicación masiva…… 43

2.2 Modelos de Televisión……..47

2.3 La relación medios masivos de comunicación y política ……54

2.4 Los medios masivos de comunicación como…… 59

objeto de estudio de la Ciencia Política.

2.5 Del cómo los medios masivos de comunicación ……. 61

generan opinión pública.

2.5.1 Modelos del impacto de los medios en ……. 62

la formación de la opinión pública.

2.6 Sociedad y medios…… 70

Capítulo 3

Análisis de la información transmitida por televisa y

tv azteca en sus noticieros estelares……72

3.1 Análisis general…… 124

Capítulo 4

Cultura política y agentes de socialización política.

4.1 Cultura…… 132

4.2 Cultura política …… 140

4.2.1 Creencias…… 141

4.2.2 Costumbres…… 141

4.2.3 Lenguaje Cultural…….. 142

4.2.4 Tradiciones ……. 143

4.2.5 Religión…… 145

4.2.6 Sistema Político…….. 147

4.2.7 Ciudadanos…… 149

4.2.8 Participación política…….. 151

4.2.9 Conocimiento Político…… 152

4.2.10 Socialización Política……153

4.2.11 Agentes de Socialización Política…… 155

4.3 Tipos de Cultura Política……. 162

4.4 Tipo de Cultura Política en Puebla de acuerdo……. 168

al consumo de la Televisión.

4.4.1 Tipo de Cultura Política en la Televisión Abierta……. 170

4.4.1.2 Orientación Cognitiva…….. 171

4.4.1.3 Orientación Evaluativa……. 179

4.4.2 Tipo de Cultura Política en la Televisión ……... 183

de Paga.

4.4.2.1 Orientación Cognitiva……. 183

4.4.2.2 Orientación Evaluativa……. 189

5. Factores de la Cultura Política del Poblano que ……194

Inciden en el Consumo de la Televisión Abierta.

El Caso de Televisa y Tv Azteca.

5.1 Impacto de la Televisión Abierta, el Caso de…….. 198

Televisa y Tv Azteca en la Formación de la Opinión Pública.

Conclusiones…… 205

Anexos…… 209

Glosario…….. 213

Bibliografía…… 214

ÍNDICE DE CUADROS

Página

Cuadro 1. Análisis de *El Noticiero* con……74
Joaquín López-Dóriga del 1 de abril de 2014.

Cuadro 2. Análisis de *Hechos Noche* ……76
con Javier Alatorre del 1 de abril de 2014.

Cuadro 3. Comparación de noticieros estelares …… 79
de Televisa y TV Azteca del día 1 de abril de 2014.

Cuadro 4. Análisis de *El Noticiero* con …… 79
Joaquín López-Dóriga del 2 de abril de 2014.

Cuadro 5. Análisis de *Hechos Noche* …….. 82
con Javier Alatorre del 2 de abril de 2014.

Cuadro 6. Comparación de los noticieros estelares …….. 83
de Televisa y TV Azteca del 2 de abril de 2014.

Cuadro 7. Análisis de *El Noticiero* con……. 84
Joaquín López-Dóriga del 3 de abril de 2014.

Cuadro 8. Análisis de Hechos Noche ……. 86
con Javier Alatorre del 3 de abril de 2014.

Cuadro 9. Comparación de los noticieros estelares …….. 88
de Televisa y TV Azteca del 3 de abril de 2014.

Cuadro 10. Análisis de *El Noticiero* ……. 89
con Joaquín López-Dóriga del 1 de mayo de 2014.

Cuadro 11. Análisis de *Hechos Noche* ……91
con Javier Alatorre del 1 de mayo de 2014.

Cuadro 12. Comparación de los noticieros estelares……. 94
de Televisa y TV Azteca del 1 de mayo de 2014.

Cuadro 13. Análisis de *El Noticiero* …….. 94
con Joaquín López-Dóriga del 2 de mayo de 2014.

Cuadro 14. Análisis de *Hechos Noche* ……...97
con Javier Alatorre del 2 de mayo de 2014.

Cuadro 15. Comparación de los noticieros estelares ……100
de Televisa y TV Azteca del 2 de mayo de 2014.

Cuadro 16. Análisis de *El Noticiero* …….. 101
con Joaquín López-Dóriga del 5 de mayo de 2014.

Cuadro 17. Análisis de *Hechos Noche* ……104
con Javier Alatorre del 5 de mayo de 2014.

Cuadro 18. Comparación de los noticieros estelares ……106
de Televisa y TV Azteca del 5 de mayo de 2014.

Cuadro 19. Análisis de *El Noticiero* …….. 107
con Joaquín López-Dóriga del 2 de junio de 2014.

Cuadro 20. Análisis de *Hechos Noche* ……...109
con Javier Alatorre del 2 de junio de 2014.

Cuadro 21. Comparación de los noticieros estelares …….. 111
de Televisa y TV Azteca del 2 de junio de 2014.

Cuadro 22. Análisis de *El Noticiero*…….....111

con Joaquín López-Dóriga del 3 de junio de 2014.

Cuadro 23. Análisis de *Hechos Noche* ……113
con Javier Alatorre del 3 de junio de 2014.

Cuadro 24. Comparación de los noticieros estelares ……117
de Televisa y TV Azteca del 3 de junio de 2014.

Cuadro 25. Análisis de *El Noticiero*…….. 118
con Joaquín López-Dóriga del 4 de junio de 2014.

Cuadro 26. Análisis de *Hechos Noche* ……121
con Javier Alatorre del 4 de junio de 2014.

Cuadro 27. Comparación de los noticieros estelares ……124
de Televisa y TV Azteca del 4 de junio de 2014.

Cuadro 28. Orientaciones de los ciudadanos……. 180
del municipio de Puebla con Televisión Abierta.

Cuadro 29. Orientaciones de los ciudadanos del ……..189
municipio de Puebla con televisión de paga.

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Pág.

Gráfica 1. Programas que consumen los poblanos ……18

Gráfica 2. Ciudadanos que consideran que la ……161
televisión ha participado en su educación.

Gráfica 3. Consumo en los canales de televisión…….. 170
abierta en el municipio de Puebla.

Gráfica 4: Consumo de noticieros por parte……. 172
de los usuarios de televisión abierta.

Gráfico 4.1. Frecuencia en el consumo …… 173
de noticieros por parte de los ciudadanos
que sólo cuentan con televisión abierta.

Gráfico 5. Medio de comunicación favorito……..... 174
para obtener información política, por parte de
los ciudadanos que sólo consumen televisión abierta.

Gráfico 6. Competencia subjetiva de los……..175
ciudadanos con televisión abierta en el
municipio de Puebla.
6.1. Acciones que emprenderían los …… 176
ciudadanos del municipio de Puebla en caso
de que se estuviera discutiendo una ley injusta con televisión abierta.

Gráfico 7. Percepción de la participación en…….177
los ciudadanos del municipio de Puebla,
que no cuentan con algún sistema de televisión de paga.

Gráfico 7.1 Tipo de participación en los habitantes……..178
del municipio de Puebla con televisión abierta.

Gráfica 8. Nivel de satisfacción de los usuarios…….. 179
de televisión abierta con el gobierno municipal
de Puebla.

Gráfica 9. Consumo de noticieros por parte……. 183
de los usuarios de televisión de paga.

Gráfica 9.1 Frecuencia en el consumo de noticieros …….184
por parte de los usuarios de televisión de paga.

Gráfica 10. Medio de comunicación favorito …….. 185
para obtener información política, por parte de
los ciudadanos con algún sistema de televisión de paga.

Gráfico 11. Competencia subjetiva de los ciudadanos……. 185
con televisión de paga en el municipio de Puebla.

Grafica 11.1 Acciones que emprenderían los ……. 186
ciudadanos del municipio de Puebla con televisión de
paga en caso de que se estuviera discutiendo una ley injusta.

Gráfica 12. Percepción de la participación en…….. 187
los ciudadanos del municipio de Puebla,
que cuentan con algún sistema de televisión de paga.

Gráfico 12.1 Tipo de participación en los habitantes ……. 188
del municipio de Puebla con televisión de paga.

Gráfica 13. Nivel de satisfacción con el gobierno…… 189
municipal por parte de los ciudadanos del municipio
de Puebla con televisión de paga.

Gráfico 14. Medios de información que usan…….. 198
los poblanos para informarse de sobre política.

Gráfico 15. Líderes de opinión favoritos…… 199
de los poblanos.

Gráfico 16. Otros líderes de opinión……. 199
mencionados por los poblanos.
Gráfico 17. Impacto de los líderes de opinión en la …….. 202
formación de la opinión pública sobre asuntos políticos en los poblanos.

Gráfico 18. Influencia del líder de opinión para……. 203
generar un cambio en la opinión propia sobre algún tema

PRÓLOGO

Es común que en la academia y en los estudios de ciencia política los medios de comunicación se consideren como un elemento que influye en la opinión pública, sin embargo, los medios de comunicación masiva tienen un rol primordial que va más allá. A través del papel informador que tienen se relacionan con la democracia por varias razones.

Uno de los valores esenciales de la democracia liberal, es como lo indica su nombre, la libertad. Los medios de comunicación masiva se han convertido en cauces a través de los cuales se manifiesta uno de tantos caminos de la libertad: La libertad de expresión, base para que pueda existir libertad de asociación, esencial en los sistemas democráticos, si se carece de ésta se estaría en otro sistema político que no es democrático.

Un vínculo más de los medios con la democracia es que son los formadores de la opinión pública, pilar de la democracia, comenta Giovanni Sartori (Sartori, 2009: 31). El ciudadano común no vota con base a un conocimiento preciso en datos duros, es decir, no vota sabiendo los millones que se invirtió en obra pública ni conoce los costos-beneficios que llevan esas obras, tampoco conoce exactamente la cifra gastada en salud, ni en qué ramos de la salud se utilizó, desconoce si se invirtió en vacunas, programas de prevención de las enfermedades o en capacitaciones a los médicos, simplemente ejerce su poder a elegir mediante lo que opina al respecto; si lo considera favorable o no.

El punto es ¿cómo se forma ésa opinión? si el ciudadano no es partícipe o beneficiario directo de los puentes u obras públicas, o si bien no ha tenido la necesidad de hacer uso de los servicios de salud. Es evidente que entonces su opinión en gran parte es formada a través de las opiniones de

otros más, y los líderes de opinión son grandes formadores precisamente de eso, de opinión.

Excluir del análisis politológico a los medios masivos de comunicación es limitar el estudio de la democracia y del sistema político, y dejar que dicha variable sea abarcada por los estudiosos de la comunicación, sin embargo, lo común es que a su vez éstos excluyan a la ciencia política de sus estudios.

Relacionado con ello, otro tema que es preciso analizar es la cultura política. Retomando la definición de Jacqueline Peschard, la cultura política de una nación es la distribución particular de patrones de orientación psicológica hacia un conjunto específico de objetos sociales, los propiamente políticos entre los miembros de dicha nación. Es el sistema político internalizado en creencias, concepciones, sentimientos y evaluaciones por una población, o por la mayoría de ella. En última instancia, el referente central de la cultura política es el conjunto de relaciones de dominación y de sujeción, esto es, las relaciones de poder y de autoridad que son los ejes alrededor de los cuales se estructura la vida política (Peschard 2001:2)[1].

Los primeros estudios sobre cultura política fueron cuantitativos y se pusieron de moda a partir de la década de los 60, cuando se comenzaron a realizar investigaciones desde la corriente conductista sobre qué comportamientos favorecen a la democracia.

En la mayoría de los estudios relacionados con cultura política[2] se han analizado agentes de socialización y pautas del comportamiento político, lo cual es muy importante, sin embargo, en la mayoría de los estudios se han

[1] Peschard Jacqueline (2001) *La Cultura Política Democrática*, Cuadernos de divulgación de la Cultura Democrática, México. IFE

[2] kavanagh, Rosenbaun, Rafael Segovia, Greenstein, Dawson, Wabsy y los propios Almond y Verba, entre otros, refieren a los mass media

subestimado el papel que tienen los medios masivos de comunicación, son considerados como un agente más que colabora en dicho proceso, dejando como elementos principales a la familia y a la escuela, no obstante, ahora es pertinente reconsiderar esos datos y cuestionarlos, ya que en la década de los 60 la televisión aún era un privilegio de ciertas clases sociales, además lo normal era que el niño creciera con su madre o su familia; hoy la televisión se ha vuelto el compañero y nana de los niños, por lo cual resulta pertinente preguntarse la relación que hay entre cultura política y medios de comunicación.

CAPÍTULO 1

EL DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

2. Historia de la Televisión en México

1.1.1 Antecedentes

Los distintos gobiernos han conocido el enorme poder que tienen los medios masivos de comunicación, y México no fue la excepción. En el país la televisión entró como un medio de comunicación política, ya que el primer programa que se transmitió fue el informe de gobierno del presidente Miguel Alemán.

> La historia de la televisión mexicana está en gran medida ligada a la historia mexicana […] los experimentos iniciales con la televisión fueron apoyados económicamente por el Partido Nacional Revolucionario (PNR) (Mejía Barquera, 1998: 20-29), el cual años después cambiaría su nombre por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) […]. El PNR había comprendido temprano la trascendencia de los medios masivos de comunicación y su papel estratégico. […] El apoyo del PNR al desarrollo de la televisión formaba parte de un ambicioso proyecto propagandístico que otorgaba a los medios electrónicos un lugar central. (Páramo 2002: 109-110)

Incluso se dice que el Gral. Lázaro Cárdenas puso a disposición de González Camarena los estudios de la XEFO[3] del PNR para que desarrollara ahí su trabajo, el cual culminaría con la televisión a color (Sánchez 1991: 237).

Es así como desde sus orígenes la televisión mexicana estuvo ligada a la política y específicamente al servicio de los políticos. La televisión en primer lugar fue financiada por los partidos. ¿Cómo pasó del control político a un duopolio empresarial? Hay que volver a sus inicios, puesto que, cuando el Ing. Guillermo González Camarena comenzó a participar en el desarrollo de la televisión estaba detrás de él Emilio Azcárraga Vidarrueta, quien financiaba sus proyectos.

> Para 1934, bajo el apoyo del Estado, los primeros programas experimentales de televisión fueron lanzados al aire, bajo la supervisión del ingeniero Guillermo González Camarena. Sin embargo, inicialmente, él llevó a cabo la investigación y experimentación con recursos propios, luego con cierto apoyo gubernamental y, por último, con el patrocinio de Emilio Azcárraga Vidarrueta (Páramo 2002: 110)

Pasó de ser beneficiario de Emilio Azcárraga Vidarrueta a socio, y después a testaferro[4], o prestanombres, para que la familia Azcárraga pudiera no solo ser dueño de importantes radiodifusoras, sino también de canales de televisión.

[3] La radiodifusora del Partido Nacional Revolucionario, antes llamada XE-PNR. (Carmona Doralicia (2014). *Memoria Política de México* [en línea]. México. Consultado el 7 de febrero de 2015. Disponible en www.memoriapoliticademexico.org/Bibliografias/ORP77.html)

[4] M. Persona que presta su nombre en un contrato, pretensión o negocio que en realidad es de otra persona. *Testaferro*. En el Diccionario de la Lengua Española (2015). Madrid, España: Real Academia de la Lengua Española

También se debe el cambio en el control de la televisión mexicana por el modelo que se adoptó, si México tiene un modelo de televisión comercial no se le debe a la familia Azcárraga, ya que ésa decisión fue tomada por el poder ejecutivo en turno, es decir, por el presidente Miguel Alemán.

> En 1948, el presidente mexicano Miguel Alemán resolvió adoptar el modelo de televisión comercial estadounidense, haciendo de lado el británico (Fernández Christlieb, 1982). Era evidente que esta decisión implicaba que la televisión sería financiada y desarrollada por el sector privado. (Páramo 2002: 110)

¿Cuál era la alternativa que tenía el ex presidente Miguel Alemán? según Páramo el modelo británico, y sería algo lógico al considerar que la BBC (British Broadcasting Corporation), es la más antigua y mayor sociedad de distribución televisiva en el mundo, además que constituye el paradigma de televisión pública que goza de indudable independencia del Gobierno (Scriven y Lecomte, 1999).

El modelo norteamericano está acorde con los principios de los padres fundadores: Libertad y pluralismo; mientras que en los modelos europeos se consideró que tanto la calidad del servicio televisivo como el pluralismo informativo quedaban mejor garantizados mediante los monopolios públicos que se establecieron en cada país[5] (Universidad de Extremdura, 2012: 4).

La decisión del presidente Miguel Alemán se podría explicar en una lógica por la búsqueda de sus propios intereses, porque si el manejo de la televisión quedaba a cargo del gobierno, él solo podría participar en ella

[5] Universidad de Extremadura (2012.) TEMA 3: Características generales. La desregulación. Financiación TV pública, TV privada en Europa. Principales mercados. TDT. Grupos multimedia. Estructura del Sistema Audiovisual [material de apoyo]. Extremadura, España: Universidad de Extremadura. Recuperado el 25 de enero del 2015 de http://alcazaba.unex.es/asg/500348/Tema%203.%20Europa.pdf

durante los 4 años restantes de su sexenio, en cambio, si la dejaba a manos de particulares él podría seguir colaborando, lo cual logró mediante la colaboración de la familia O´Farril.

> En 1949 se otorgó a Rómulo O´Farril, dueño de uno de los periódicos mexicanos de mayor presencia, el *Novedades*, la licencia para el primer canal comercial, el Canal 4 (Toussaint, 1985). Detrás de O´Farril estaba el presidente Alemán, quien no dio la concesión de la televisora a su propia familia para evitar un gran problema político. Así, para algunos, O´Farril se convertía en socio y prestanombres de Alemán, quien deseaba estar en el negocio de la televisión, tanto porque sabía que ésta podría ser una importante arma política, como porque Azcárraga, quien desde 1939 luchaba por obtener la concesión de la televisión, había apoyado al candidato contrario a la candidatura de Miguel Alemán Camacho […]. O ´Farril aceptó está situación pues, por una parte deseaba quedar bien con el presidente Alemán y, por otra, porque las familias O´Farril y Azcárraga eran enemigas (Fernández y Paxman, 2000:53) (Páramo, 2002: 110)

Con el fin de decidir qué modelo de televisión seguir, el presidente Miguel Alemán mandó realizar un estudio para determinar cuál era el más conveniente para México.

> En 1974 por instrucciones del presidente Miguel Alemán, el director del Instituto Nacional de Bellas Artes, Carlos Chávez, nombra una comisión para que estudie la forma de operación de la televisión estadounidense (privada, comercial-publicitaria) y la británica (monopolio estatal, no comercial) para que el gobierno decida cuál de las dos “conviene más a México”. La comisión estuvo formada por el escritor Salvador Novo y por el ingeniero Carlos González Camarena […]. En 1948 la comisión enviada por el INBA a Estados Unidos y Europa entrega al presidente Alemán Valdés su informe del estudio realizado. Sobresale las recomendaciones de González Camarena,

> por razones “técnicas y económicas”, de adoptar las especificaciones técnicas de la televisión estadounidense (Sánchez 1991: 239).

1.1.2 Inicios de la Televisión en México

Fue en marzo de 1951 cuando Emilio Azcárraga Vidarrueta consiguió entrar al negocio de la televisión.

> Azcárraga Vidarrueta, poderoso empresario de importantes radiodifusoras, inició transmisiones por la XEW-TV (Canal 2) en marzo de 1951, lo cual marcó una tendencia importante en la televisión mexicana: ésta crecería bajo la propiedad de ricos empresarios poseedores de importantes medios de comunicación. Para 1952 surgió el tercer canal comercial de televisión, el Canal 5, siendo el dueño el ingeniero González Camarena (Mejía, 1985). Cabe señalar que González Camarena y Azcárraga Vidarrueta eran amigos cercanos e incluso, como ya dijimos, este último le había fincado parte de sus investigaciones. Las posibilidades de éxito de González Camarena eran prácticamente nulas, justamente por no contar con un capital que lo respaldara. (Páramo, 2002: 111)

El inicio de la televisión en México estuvo marcado por la relación con la política y esto determinó el prototipo de televisión a seguir. Desde sus orígenes la televisión en México estuvo orientada al entretenimiento.

El Canal 2 se inauguró con un juego de béisbol, acababa el partido y se apagaba la televisión, recordó Emilio Azcárraga Milmo en una entrevista[6] realizada en julio de 1988 con Jacobo Zabludovsky, también se acordó que “después empezamos con la lucha libre, con el médico asesino, que era un

[6] Guerrero, Abraham [Abraham Guerrero Guerrero]. (2010, 9 de noviembre). 1988. Televisa. Compilaciones. Abraham Zabludovsky entrevista a Emilio Azcárraga Milmo [Archivo de video]. Consultado el 4 de diciembre de 2014 de http://www.youtube.com/watch?v=bYDh6zZVuHI

chofer de Monterrey, con la Tonina Jackson, con Enrique Yañez; en fin, también como promotores de muchas actividades musicales como el Jardín Cerveza Corona, muchas veces con Luis de Llano, creíamos que hacíamos cosas muy importantes, pero por lo general ridículo; y bueno en la actualidad a veces seguimos haciendo el ridículo", concluyó. En dicha conversación narra los orígenes de la televisión como se han descrito.

1.1.3 Comienza el monopolio

Por falta de recursos propios y por su estrecha amistad con Emilio Azcárraga Vidarrueta el canal 5 (originalmente de González Camarena), terminó siendo de la familia Azcárraga, con lo cual comenzaba su camino como exitoso empresario, ya no solo de radio sino también de televisión, sin embargo, cuando se comenzó a hablar de un monopolio fue en1955, cuando se unió con el canal de O´Farril, así ya una gran parte de la opción televisiva pasaba por sus manos.

> En 1955, los dos canales de Azcárraga y el de los O´Farril se unieron y crearon Telesistema Mexicano (ISM), una compañía con funciones más bien administrativas, pero que también se encargaba de supervisar la operación del sistema […]. Y entre diciembre de 1972 y enero de 1973, Telesistema Mexicano se transforma en Televisión Vía Satélite, S.A. (Televisa). Fue en ese entonces que se diseñó el logotipo de Televisa, bajo el cual esta cadena televisora continua operando en México y en todo el mundo (Gutiérrez et al., 1987; Páramo, 200 a) (Páramo 2002: 111-112).

A pesar de que se eligió seguir con el modelo comercial hubo esfuerzos por crear una televisión cultural a cargo del Instituto Politécnico Nacional, el canal 11 del politécnico es la opción cultural más antigua de América Latina

(Fuenzalida S/F: 3) surge en 1955, no obstante, no tuvo éxito, en parte por su reducido presupuesto y en otra por el modelo de televisión comercial que predominaba. “Emite una programación sustantivamente cultural, en el sentido tradicional de la expresión, con películas clásicas, documentales y series, programas de información e infantiles; de esta programación se han excluido las emisiones deportivos y las telenovelas” (Fuenzalida S/F: 3).

> Desde muy temprano en la historia de la televisión (1955), apareció una nueva estación cultural perteneciente al Instituto Politécnico Nacional (IPN), a la cual se le asignaron las siglas XEIPN Canal 11. Esta estación se dedicó, desde entonces, casi exclusivamente a la difusión cultural y la mayoría de sus programas se realizaron en forma de conferencia, mesas redondas, análisis y cine clubes” (Páramo 2002 p. 127).

Aunque la oferta cultural ya estaba presente en la televisión mexicana, con lo cual se podría creer que ya existían suficientes canales con distintas opciones, se dio otra concesión con la finalidad de ampliar la oferta de canales, el canal 8 no sería cultural estaría dentro del modelo comercial.

> En 1968 surge otro canal de televisión comercial, el Canal 8, cuya concesión fue otorgada a Fomento de Televisión, filial de Televisión Independiente de México, propiedad del grupo industrial Alfa, de la ciudad de Monterrey (Mejía Barquera, 1985) (Parámo 2002: 112)

1.1.4 Surge el duopolio Televisa- TV Azteca

El canal 13 surge años más adelante en 1969, tal vez ha sido el canal que más variaciones ha tenido, ya que ha sufrido los cambios políticos del país.

> El 12 de octubre de 1969 apareció XHDF TV Canal 13, estación que ha experimentado muchos cambios políticos, económicos y administrativos en los últimos años. El 15 de marzo de 1972, con la propuesta de que el Estado se hiciera cargo de las emisiones, el gobierno mexicano adquirió la totalidad de acciones del Canal 13 por conducto del Grupo Mexicano Somex. Más tarde se fusionó con el Canal 7 de TV, perteneciente a otro grupo, conformándose, hacia 1983, Imevisión (Instituto Mexicano de la Televisión) (http://members.tripod.com/e_soule/tesis/cap1.html). (Páramo 2002: 127)

Imevisión estaba formado por el canal 7, 13 y 22, así como la cadena de salas cinematográficas Compañía Operadora de Teatros S.A. y los Estudios América, todos estaban bajo la propiedad del Estado, y eran la "competencia de Televisa", sin embargo, no tuvo éxito y más que competencia de Televisa la complementaba (Páramo 2002:130), por lo que ante la caída del sistema en 1988 y el comienzo de las privatizaciones se decide que Imevisión sería privatizada. Exceptuando el canal 22, ya que por un movimiento ciudadano se logró juntar firmas e impidieron que el canal 22 del Distrito Federal fuera privatizado, pasando a manos del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA).

En 1993 Imevisión pasó a manos del empresario Ricardo Salinas Pliego, después de que se realizara la legislación necesaria para poder hacerlo, puesto que, la red del canal 7 al ser permisionada (no transmite información comercial, y son para la difusión de datos oficiales o culturales), no se le podía vender. Así surge TV Azteca, de la compra al Estado y hoy es la principal competencia de Televisa en México, no en televisión de habla hispana debido a que no hay empresa que rivalice con Televisa porque tan solo en el país:

> Televisa tiene el 37% de todas las frecuencias en el país y el 57% de las frecuencias que se utilizan con propósitos comerciales, independientemente del tipo de licencia legal con la que funcionen. Televisión Azteca ha recibido el 25% de todas las frecuencias nacionales y el 37% de las que operan con fines mercantiles. (Trejo, 2011: en línea).

En la producción de contenidos también es Televisa la empresa más importante, produce cerca de 60 000 horas de contenidos al año (Villamil 2010: 65).

1.2 Panorama Nacional del Consumo de la Televisión

México es un país que consume fuertemente televisión, rompe con el esquema mundial sobre el futuro declive de la televisión ante el internet; un artículo[7] del *Economista* publicado en octubre de 2011 muestra que los mexicanos ven más televisión que hace 10 años, lo cual es un elemento preocupante desde la perspectiva de la política, porque si le dedican más tiempo que antes, también quiere decir que lo que se transmite por televisión se considera real.

Una investigación de Media Performance[8] en 2010 retomado por el periódico *El Economista,* reveló que el tiempo total de consumo de televisión dentro de un hogar mexicano fue de 9 horas con 25 minutos en promedio, es decir, 50 minutos más que en el año 2000, por lo cual los mexicanos están

[7] 80. Notimex (2011, 8 de octubre). *Mexicanos ven hoy más TV que hace 10 años*. El economista [en línea]. México. Consultado el 15 de febrero de 2015 de http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2011/10/08/mexicanos-ven-hoy-mas-tv-que-hace-10-anos

[8] Notimex (2011, 8 de octubre). *Mexicanos ven hoy más TV que hace 10 años*. El economista [en línea]. México. Consultado el 15 de febrero de 2015 de http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2011/10/08/mexicanos-ven-hoy-mas-tv-que-hace-10-anos

más expuestos a la pantalla. Una investigación[9] realizada por consulta Mitofsky, publicada a finales del 2013 en *Etcétera* muestra lo siguiente: el 97% de las viviendas en todo México tienen por lo menos un televisor; el promedio de televisores por hogar es 1.7%. El 1.1% de la población no cuenta con ningún aparato y el 15.3% poseen de 3 a 5 televisores por hogar (etcétera 2013, en línea).

Sin embargo, no son los datos más interesantes, ya que revela cuántos mexicanos tienen servicio de televisión de paga, y a qué nivel socioeconómico pertenecen:

> Con respecto a la televisión por cable, 4 de cada 10 viviendas en el país cuentan con él. Es el nivel socio-económico (NSE) el que dictamina la cantidad de aparatos que hay en un hogar y cuántos de ellos tienen cable.
>
> Las personas con NSE A/B/C tienen el doble de televisores que la población con menos recursos, por ende, la cobertura por cable es cuatro veces mayor, 86% contra el 20% de las personas de NSE D y E. Los habitantes de clase C y D tienen en promedio dos televisores en sus hogares y solamente un aparato recibe la señal de paga (etcétera 2013, en línea).

Los niveles con más ingresos en el país A, B y C, son los que tienen más televisiones y además cuentan con más canales para poder entretenerse e informarse, a su vez, está es la clase que más usa el internet; mientras que las clases con menos recursos son las que tienen menos televisiones, y

[9]Etcétera (2013, diciembre 13*). 63% de los mexicanos no cuentan con televisión de paga*. En Etcétera: para entender a los medios [en línea]. México, D.F Consultado el 9 de agosto de 2014 de http://www.etcetera.com.mx/articulo/_63&_de_los_hogares_en_mexico_no_cuentan_con_television_de_paga_mitofsky/22903/

además pocas cuentan con algún servicio de televisión de paga, es decir, las que en gran medida están subestimadas a lo que la televisión muestre.

México es el país con mayor contratación de televisión de paga en América Latina. La televisión en México crece más cada día, mostrando que la televisión es el medio de comunicación preferido de los mexicanos.

En un estudio[10] realizado por el INEGI en 2012, publicado en 2013 con razón del día mundial del internet, reveló que solo el 32.2 % de los hogares mexicanos tenían tv de paga. En 2014 el mismo estudio realizado por el INEGI en 2013 mostró que el número de hogares con televisión restringida es de 36.7%, los datos más recientes obtenidos mediante LAMAC en el 2014 muestra su crecimiento llegando al 49.8% de los hogares[11]. Esto puede explicarse por los nuevos servicios de triple play (televisión, teléfono e internet), que han aparecido en el mercado, tales como dish, yoo, entre otros[12].

El problema no radica en cuántos mexicanos cuentan con una opción más amplia para informarse y entretenerse con la televisión, la cuestión es cómo los mexicanos la utilizan, si la ocupan como un medio más o es el único.

[10]Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2012). *Estadísticas a propósito del día mundial del internet*, [en línea]. Aguascalientes, México. Consultado el 16 de febrero de 2015 de http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Contenidos/estadisticas/2013/internet0.pdf

[11] Latín American Multichannel Advertising Council (2013*). Flash Report TV de paga en México*, [en línea]. México. Disponible en http://www.lamac.org/files/mail/newsletter/2013/mex/sept/flash-report-tv-paga-en-mexico-sept-2013.pdf

[12] Mejía, Angelina (2009, 5 de noviembre*). La TV de paga le apuesta al segmento popular*. El Universal [en línea]. México. Consultado el 16 de agosto de 2015, disponible en archivo.eluniversal.com.mx/finanzas/75038.html

Se consideraron los datos de la Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales (Conaculta, 2010. En línea)[13], los cuales son más favorables con la televisión que los que señala Media Performance. Esto con el fin de analizar "el mejor de los casos", es decir, una población que ve menos la televisión. Según CONACULTA el 90% de los entrevistados ve televisión, de estos 40% lo hace más de dos horas al día y el 35% entre una y dos horas (Animal político, 2013: En línea). Juntos da que el 75% del 90% que ve televisión le dedica más de una hora al día, para analizarlo de una manera más sencilla, con una hora un mexicano puede ver una telenovela o un noticiero estelar, con dos horas puede ver ambos. El 75% le brinda más de una hora al día, por lo cual puede ver un programa completo y un poco de otro, mientras que para otras actividades de esparcimiento y cultura como lo es la lectura no le dedica tiempo.

Una investigación realizada por la Fundación Mexicana para el Fomento de la Lectura en 2012[14] reveló que el 54% de los mexicanos no leen cotidianamente, contrario a ese 90% de mexicanos que diario le brindan tiempo a la televisión y al 75% que lo hace por más de una hora. El 35% dice no haber leído un libro en su vida; si solo el 10% de los mexicanos asegura no ver televisión y el 35% de los mexicanos asevera no haber leído un libro en su vida ¿cómo se puede generar opinión pública autónoma?

No es de sorprender que otra publicación[15] realizada por la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), y por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), denominado "Hábitos de Lectura" coloque a México en el país 107

[13] Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2010) *Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales* [en línea]. México. Recuperado el 9 de febrero de 2015 de http://www.conaculta.gob.mx/encuesta_nacional/#.VYG5sfl_OWg

[14] Fundación Mexicana para el Fomento de la Lectura (2012). *Encuesta Nacional de Lectura 2012*. [En línea]. México, consultado el 11 de febrero de 2015 de http://www.miguelcarbonell.com/docencia/Encuesta_Nacional_de_Lectura_2012.shtml

[15] 74. Meza, Nayeli (2015). *El Top 20 de los países que más leen*. Forbes. [en línea]. México. Consultado el 17 de febrero de 2015 de http://www.forbes.com.mx/el-top-20-de-los-paises-que-mas-leen/

de 108 en el rating de gusto por dicha actividad. En la India una persona promedio le dedica 10.78 horas a la lectura a la semana, siendo el país que más tiempo le da, Francia 6.9 horas, Venezuela 6.4 horas y México 5.5 horas. (Meza, 2013: En línea).

La India es el país que alberga al mayor número de pobres en el mundo, pero el Banco Mundial afirma que crecerá un 6 % real en 2015 y un 6.4 % en 2016, en comparación con el 5.4 % del año pasado, lo que probablemente la convertirá en la segunda región con crecimiento más rápido del mundo después de Asia oriental y el Pacífico; mientras que México con datos del mismo organismo creció un 2.5% y se prevé un crecimiento para este año de hasta un 3.5%.

Un elemento más útil para confrontar el poder de la televisión es la radio, que es otro medio de comunicación masiva, un medio que por naturaleza es más crítico y exento del poder de la imagen. La cuestión es que la radio es menos consumida que la televisión.

En la Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales[16] realizada por CONACULTA en 2010 y retomada por *Animal Político,* muestra la distancia entre el uso de la radio y la de la televisión, en la encuesta se les cuestionó sobre qué actividades preferían hacer en su tiempo libre, la actividad más repetitiva y con una gran ventaja sobre las demás fue ver televisión, frente a escuchar música, salir con amigos o hacer ejercicio, la radio solo fue mencionada con el 3% y la televisión tuvo un 14%.

Un aspecto relevante y determinante es qué se consume frente al televisor, porque no es lo mismo ser asiduos a un canal comercial que a uno

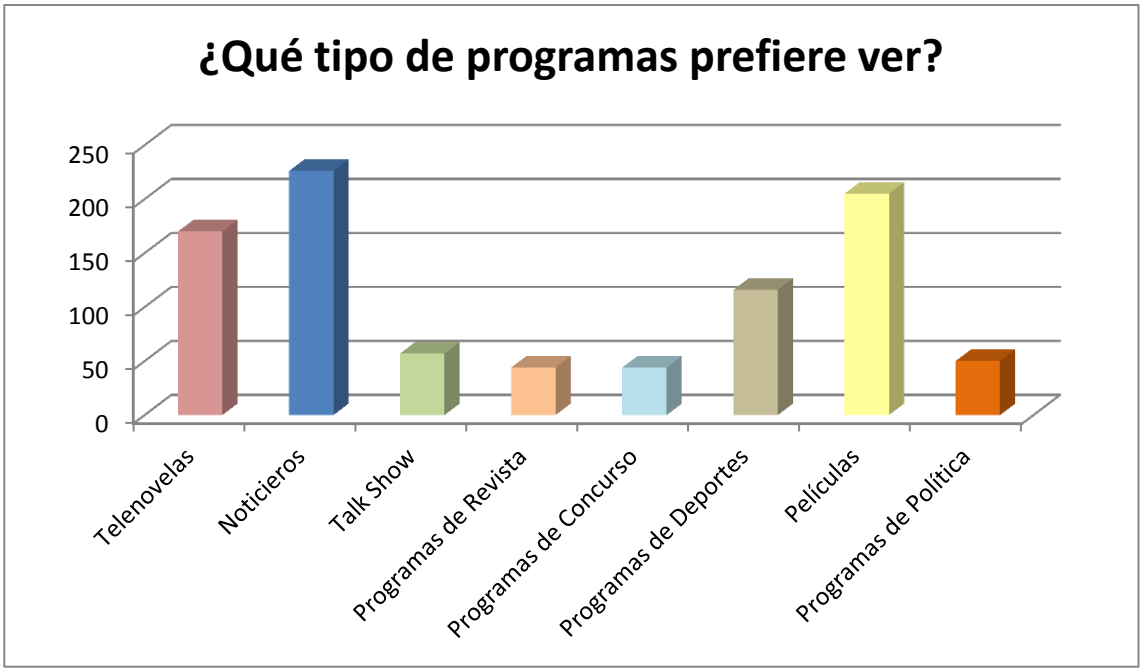
[16] Disponible en http://www.animalpolitico.com/2013/05/los-mexicanos-prefieren-la-tv-a-los-periodicos-parametria/#axzz36yHPTTiI

cultural debido a que los contenidos son diferentes. A pesar de que el modelo mexicano está encaminado al comercial existe la opción cultural, sin embargo, los canales comerciales son los que tienen las mayores audiencias, y aún dentro de éstos hay programas y contendidos que tienden a un mayor rating.

> La preferencia de la audiencia mexicana es clara, eligen sintonizar novelas, programas de revista, y películas que programas con mayor contenido cultural o informativo […]. Para diciembre de 2012, los números de la agencia IBOPE AGB muestran que los programas favoritos de los mexicanos son: espectáculos, musicales, telenovelas, películas comerciales y los partidos de futbol. (Animal Político 2013. En línea).

Cuando se dice que México es un país telenovelero y que sus novelas son de calidad de exportación, o simplemente que las novelas son un elemento de la cultura mexicana, con estos datos se demuestra que no se está exagerando; los mexicanos no solo son asiduos consumidores de televisión, la ponen por encima de otros y buscan más opciones para ampliar su oferta a través de la televisión de paga. Lo que prefieren consumir son programas de espectáculos, novelas y deportes ¿dónde queda el aspecto cultural o informativo?

En el caso de Puebla la investigación sugiere que los ciudadanos prefieren ver películas, seguidos por noticieros, telenovelas y programas de deportes.



Gráfica 1. Programas que consumen los poblanos.

Dentro de los noticieros el que los mexicanos prefieren es el estelar de Televisa a cargo de Joaquín López-Dóriga, seguido por el principal de TV Azteca con Javier Alatorre, en tercer lugar se ubica el de matutino de televisa, Primero Noticias a cargo de Carlos Loret de Mola.

> El Noticiero, con Joaquín López Dóriga, ocupó el primer lugar con 24.7 por ciento; seguido de Hechos, con Javier Alatorre con 11; Primero Noticias, con Carlos Loret de Mola con 7.6; Noticieros de TV Azteca con 6.4; Noticieros de Televisa con cinco por ciento, Hechos A. M. con 4.5 y noticieros locales con 4.3 por ciento (Animal Político 2013.En línea)

Con los datos anteriores es fácil deducir que el líder de opinión más importante, o por lo menos más recurrente en México es Joaquín López-Dóriga con 13.7% de ventaja con respecto a Javier Alatorre, quien se encuentra en segunda posición. Analizar qué se transmite en los noticieros de cada televisora es un tema de interés para la opinión pública, porque tan solo con los

dos noticieros estelares se está abarcando a los dos líderes de opinión más importantes para los televidentes; partiendo del modelo de los dos pasos, al analizar qué se transmite en ambos telediarios se puede estudiar la opinión pública predominante.

> En la clasificación del conductor preferido, los participantes escogieron primero a Joaquín López Dóriga, en segundo a Javier Alatorre y le siguen Carlos Loret de Mola, Lolita Ayala y Jorge Zarza. Completan la lista Adela Micha, Carmen Aristegui, Brozo, Hannia Novell, María Julia de la Fuente y el arquitecto Benavides. (Animal Político 2013. En línea)

La mayor cantidad de líderes de opinión provienen de Televisa con 5 de 9 de la lista.

1.3 Funcionamiento de Televisa y TV Azteca

Ambas empresas tienen un funcionamiento similar, su tarea principal consiste en ofrecer productos audiovisuales. Estos productos tienen como objetivo entretener y cautivar al consumidor, con una doble finalidad: Primera, deben ser lo suficientemente entretenidos para que el consumidor evite el *zappear*, es decir, cambiar contantemente de canales o pantallas (Villamil 2010:64); y segundo, debe de cautivar lo necesario para que el televidente lo consuma con frecuencia.

¿Por qué tanto interés en producir contenido audiovisual que se consuma? Esto es muy sencillo, como cualquier empresa privada las televisoras venden un servicio/ producto, lo que ellas venden es publicidad. Se vive en un momento en el cual la publicidad es lo que define en gran medida si

un producto tendrá éxito o será un fracaso. Empresas como Nike y Adidas son la muestra de que su verdadera competencia no está en buscar producir los mejores productos; la guerra está en la publicidad, porque quien tenga la mejor también tiene las ventas más elevadas, ahorrando en el salario de los trabajadores[17].

Lo que determina en gran medida el éxito o fracaso de una empresa es su publicidad, lo que ha ocasionado que se le destinen cifras millonarias a la misma, siendo uno de los medios más eficientes para este fin la televisión. A su vez las televisoras se "esfuerzan" para que sus contenidos audiovisuales tengan un alto "rating", el rating es la proporción de personas que están expuestas a un medio en un momento determinado. El rating es un valor que ayuda a evaluar las audiencias de diferentes programas u horarios y es utilizado principalmente en televisión y radio. (IBOPE, 2014, en línea. Disponible en https://www.nielsenibope.com.mx/preguntas.php)

> Existen 2 tipos de rating, el de personas y el de hogares; el de personas representa al número de personas que en un momento determinado se encuentra mirando un programa de televisión, el de hogares hace alusión al número de hogares que en un momento determinado están viendo algún programa de televisión, por sus características este tipo de rating se considera de mayor relevancia; en ambos casos un punto de rating equivale al 1% de la población en cuestión. De tal manera que si decimos que un programa tiene 30 puntos de rating significara que de cada 100 televisores, 30 estaban sintonizando determinado programa. Las franjas horarias para definir las tarifas se dividen en: A, AA, y AAA, siendo la última la más cara, puesto que es donde se concentra el mayor número de audiencia a nivel general. (García, 2011. En línea)

[17] Para mayor información al respecto consúltese Klein Naomi (1999). *No Logo: El poder de las Marcas*. Toronto, Canadá: Paidós

Las empresas contratan los servicios de las televisoras con el fin de publicitar sus productos, y dependiendo del presupuesto y/o nicho del mercado (personas a quienes va dirigido el producto), se contrata. Así en el horario estelar correspondiente al de las 22:00 horas hay mayor rating por lo cual será mayor el número de personas que estén expuestas a la publicidad del producto, mientras que en la madrugada la tarifa es baja debido a que hay muy poco rating, lo cual significa que pocas personas estarán expuestas a él.

El rating es el que determina si un programa tiene éxito o fracaso, este factor está por encima de la producción o el costo. El rating es fundamental para la empresa porque es lo que determina el precio de la publicidad que se va a transmitir en un período dado, también varía el costo por trimestre del año, siendo el más caro el correspondiente a octubre-noviembre y diciembre.

La “competencia” de cada televisora es por el rating, puesto que entre más grande sea, más clientes y a mejor precio, razón por la que producen telenovelas, programas de concurso, talk show, noticieros, programas de revista, etc.

Una ventaja que tiene Televisa frente a TV Azteca es que la primera posee más canales, mientras que Televisa es dueña del Canal 2 (el principal), el Canal 5 (dirigido principalmente a niños y adolescentes), el Canal 4 (Foro TV) y el Canal 9, (Gala TV, dirigido a adultos, con una programación similar a la del Canal 2), TV Azteca solo tiene el Canal 13 y el 7. El 6 (azteca 13), es el principal, y el 12 (azteca 7), está dirigido a niños y jóvenes, por lo cual Televisa puede ofrecer una publicidad mucho más segmentada y dirigida.

1.4 Marco jurídico de la Televisión en México

Los medios de comunicación masiva deben de dar cumplimiento al derecho constitucional y humano de la libertad de expresión; establecido en el artículo 6º constitucional el cual postula:

> La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Art 6º).

Así como al Art. 7º Constitucional, el cual es relevante porque manifiesta la libertad de publicar abiertamente, ya que es claro y conciso al señalar que no se debe establecer ningún tipo de censura.

> Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquiera materia.
>
> Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito. Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que so pretexto de las denuncias por delito de prensa, sean encarcelados los expendedores, "papeleros", operarios y demás empleados del establecimiento de donde haya salido el escrito denunciado, a menos

> que se demuestre previamente la responsabilidad de aquéllos. (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Art. 7º)

Los medios de comunicación ante su poder y crecimiento son regulados en todo el mundo, incluso en un sistema liberal como lo es el de Estados Unidos no se está exento de regulaciones. En el caso mexicano está normativa la establece la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, la cual fue reformada en 2014 con propósitos de actualizarla y buscando debilitar los monopolios. Las nuevas leyes tocan temas interesantes y polémicas como el tema de la preponderancia.

Las televisoras y radiodifusoras operan bajo esta ley pero no son los únicos que se deben de acatar a la misma, puesto que es muy amplia e incluye desde las compañías de telefonía hasta las televisoras, atravesando por radiodifusoras, internet, etc. Para un entendimiento más sencillo, los servicios de radiodifusión son dos: televisión y radio; mientras que los servicios de telecomunicaciones son telefonía fija, telefonía móvil, internet y televisión restringida. Para efectos de la presente investigación nos avocamos a los servicios correspondientes en radiodifusión, con especial interés en la televisión.

Otros reglamentos que regulan las telecomunicaciones son:

La Ley General de Bienes Nacionales (2004);
La Ley de Vías Generales de Comunicación (1940);
La Ley Federal de Protección al Consumidor (1992);
La Ley Federal de Procedimiento Administrativo (1994);
El Código de Comercio (1889);
El Código Civil Federal (1928);
El Código Federal de Procedimientos Civiles (1943), y

La Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (2014).

La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión presentada en el 2014 establece que las instancias para el manejo de todo lo que abarca son: La Secretaría de Comunicaciones y Transportes y el Instituto Federal de Telecomunicaciones, el cual es un órgano autónomo. Referente al tema de radiodifusión, al instituto le corresponde:

> El Instituto garantizará la disponibilidad de bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico o capacidad de redes para el Ejecutivo Federal para seguridad nacional, seguridad pública, conectividad de sitios públicos y cobertura social y demás necesidades, funciones, fines y objetivos a su cargo. Para tal efecto, otorgará de manera directa, sin contraprestación, con preferencia sobre terceros, las concesiones de uso público necesarias, previa evaluación de su consistencia con los principios y objetivos que establece esta Ley para la administración del espectro radioeléctrico, el programa nacional de espectro radioeléctrico y el programa de bandas de frecuencias (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Art. 56).

Es de suma relevancia el artículo 56 porque señala de manera clara que es al Instituto al que le corresponde asignar el espectro radioeléctrico, es decir, decide quién y cómo hace uso de él.

Por su parte la sección segunda de dicha ley establece en el artículo 1 las funciones de la Secretaría, las relevantes para el tema de radiodifusión son:

I. Emitir opinión técnica no vinculante al Instituto, en un plazo no mayor a treinta días naturales sobre el otorgamiento, la prórroga, la

revocación, así como la autorización de cesiones o cambios de control accionario, titularidad u operación de sociedades relacionadas con concesiones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión;

Es decir, a la Secretaría le corresponde emitir recomendaciones al Instituto sobre la autorización, prorrogas y revocación de concesiones en el uso del espectro radioelectrónico, sin embargo, es el Instituto el que toma las decisiones.

II. Adoptar, en su caso, las acciones y medidas necesarias que garanticen la continuidad en la prestación de los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión cuando el Instituto le dé aviso de la existencia de causas de terminación por revocación o rescate de concesiones, disolución o quiebra de las sociedades concesionarias;

A diferencia del anterior, en este caso la Secretaría sí tiene la autoridad para establecer las medidas pertinentes para garantizar la continuidad de los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión.

III. Planear, fijar, instrumentar y conducir las políticas y programas de cobertura universal y cobertura social de conformidad con lo establecido en esta Ley;

IV. Elaborar las políticas de telecomunicaciones y radiodifusión del Gobierno Federal;

VIII. Llevar a cabo con la colaboración del Instituto, de oficio, a petición de parte interesada o a petición del Instituto, las gestiones necesarias ante los organismos internacionales competentes, para la obtención de recursos orbitales a favor del Estado Mexicano, a fin de que sean concesionados para sí o para terceros;

La negociación de los recursos orbitales es importante porque permite una mejor calidad y cobertura de los servicios, tanto de telecomunicaciones como de radiodifusión, y aunque nuevamente asiste al Instituto participa en la operación.

> IX. Llevar a cabo los procedimientos de coordinación de los recursos orbitales ante los organismos internacionales competentes, con las entidades de otros países y con los concesionarios nacionales u operadores extranjeros; […]
>
> XVI. Adquirir, establecer y operar, en su caso, por sí, a través o con participación de terceros, infraestructura, redes de telecomunicaciones y sistemas satelitales para la prestación de servicios de telecomunicaciones y radiodifusión;
>
> XVII. Promover la generación de inversión en infraestructura y servicios de telecomunicaciones, radiodifusión y satelital en el país;

El contar con la infraestructura suficiente es esencial para poder brindar servicios de radiodifusión y telecomunicaciones de calidad a todo el país, y que no existan zonas sin cobertura o con mala calidad. Así mismo, la ONU en 2011 declaró como un derecho humano el acceso a internet[18], por lo cual se vuelve un aspecto importante desde el punto de vista de los derechos humanos.

> XVIII. Enviar al Instituto su opinión, no vinculante, sobre el programa anual de trabajo y el informe trimestral previstos en la fracción VIII del artículo 28 de la Constitución;
>
> XXII. Interpretar esta Ley en el ámbito de su competencia, y

[18] CNN México (2011, 8 de junio). La ONU declara el acceso a internet como un derecho humano [en línea]. México. Consultado el 16 de agosto de 2015. Disponible en mexico.cnn/tecnología/2011/06/08la-onu-declara-el-acceso-a-internet-como-un-derecho-humano

XXIII. Las demás que le confiera esta Ley y otras disposiciones legales o administrativas. (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión).

Uno de los temas más importantes de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión fue buscar que no existan monopolios tal como lo señala el artículo 28 constitucional, en el cual se prohíben dichas prácticas, para dicho fin se crea el Comité de Evaluación. En el título segundo, capítulo I, sección II apartados XIX, XX, XXI Y XXII se establece las funciones del Comité las cuales son:

XX. Imponer límites a la concentración nacional y regional de frecuencias, al concesionamiento y a la propiedad cruzada que controle varios medios de comunicación y ordenar la desincorporación de activos, derechos o partes necesarias para asegurar el cumplimiento de estos límites, conforme a lo previsto en esta Ley;

XX. Determinar la existencia de agentes económicos con poder sustancial en los mercados relevantes que correspondan, así como agentes económicos preponderantes en los sectores de radiodifusión y de telecomunicaciones; e imponer las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia en los mercados materia de esta Ley

XXI. Declarar la existencia o inexistencia de condiciones de competencia efectiva en el sector de que se trate y, en su caso, la extinción de las obligaciones impuestas a los agentes económicos preponderantes o con poder sustancial (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión)

Para determinar si un agente es preponderante se considera el sector, es decir, si es de radiodifusión (televisión y radio), o de telecomunicaciones (telefonía, internet y servicios de televisión de paga). América Móvil (TELMEX) y Televisa, ambos en sus respectivos sectores fueron declarados

preponderantes. El Instituto regulará medidas para que los dos compartan su estructura y exista mayor competencia, dando así cumplimiento al artículo 25 constitucional, el cual versa sobre la relevancia de la competitividad económica.

En el caso de Grupo Televisa no podrá tener derechos de transmisión en exclusiva de ciertos eventos, y deberá compartir su estructura con agentes que tengan menos de 12 MHz, razón por la cual TV Azteca queda excluido. Televisa es la única televisora de televisión abierta en el mundo que ha sido declarada preponderante; por su parte América Móvil ha puesto en venta activos para dejar de ser preponderante y así poder entrar a ofrecer nuevos servicios.

El espectro radioeléctrico es regulado en todo momento por el Estado, así lo determina el artículo 54:

> Artículo 54. El espectro radioeléctrico y los recursos orbitales son bienes del dominio público de la Nación, cuya titularidad y administración corresponden al Estado.
>
> Dicha administración se ejercerá por el Instituto en el ejercicio de sus funciones según lo dispuesto por la Constitución, en esta Ley, en los tratados y acuerdos internacionales firmados por México y, en lo aplicable, siguiendo las recomendaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones y otros organismos internacionales […]. (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión)

Al ser el Estado el que regula el uso del espectro radioelectrónico da concesiones para que se pueda hacer uso de él, la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión establece la concesión única, ésta consiste en que una vez otorgada la concesión puede ofrecer los servicios que

la tecnología le permita, sin necesidad de tener que pedir permiso nuevamente, es relevante para el tema ya que una vez que la empresa de Carlos Slim deje de ser preponderante en telecomunicaciones podrá entrar al negocio de la televisión.

> Por ejemplo, si una empresa adquiere tecnología que le permite ofrecer el servicio triple play (telefonía, internet y televisión); pero además le facilita ofrecer un servicio adicional, si tiene la concesión única podrá prestar ese servicio sin tener que pedir un permiso adicional. (Martínez 2014 En línea)

En la figura de la concesión única hay 5 tipos de uso:

> I. Para uso comercial: Confiere el derecho a personas físicas o morales para prestar servicios públicos de telecomunicaciones y de radiodifusión, con fines de lucro a través de una red pública de telecomunicaciones;

En esta categoría funcionan las dos televisoras más importantes del país, así como todas las empresas de telecomunicaciones.

> II. Para uso público: Confiere el derecho a los Poderes de la Unión, de los Estados, los órganos de Gobierno del Distrito Federal, los Municipios, los órganos constitucionales autónomos y las instituciones de educación superior de carácter público para proveer servicios de telecomunicaciones y radiodifusión para el cumplimiento de sus fines y atribuciones […]. En este tipo de concesiones no se podrán explotar o prestar con fines de lucro servicios de telecomunicaciones, de radiodifusión o capacidad de red, de lo contrario, deberán obtener una concesión para uso comercial.

Para ejemplificar esta categoría se puede enunciar el canal del congreso.

III. Para uso privado: Confiere el derecho para servicios de telecomunicaciones con propósitos de comunicación privada, experimentación, comprobación de viabilidad técnica y económica de tecnologías en desarrollo o pruebas temporales de equipos sin fines de explotación comercial, y

En esta ocasión se refiere únicamente a los servicios de telecomunicaciones y no de radiodifusión.

IV. Para uso social: Confiere el derecho de prestar servicios de telecomunicaciones y radiodifusión con propósitos culturales, científicos, educativos o a la comunidad, sin fines de lucro. Quedan comprendidas en esta categoría las concesiones comunitarias y las indígenas; así como las que se otorguen a instituciones de educación superior de carácter privado. […] (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión 2014 art. 67)

Un ejemplo son radio Huayacocotla, denominada "La voz de los campesinos", ubicada en la población del mismo nombre al norte de Veracruz[19] (Cortez, 1995: En línea).

Para otorgar una concesión en los ámbitos privado y comercial se deben cumplir ciertos requisitos, tales como la inversión que se pretende realizar, la posible entrada de competidores al mercado, entre otros más que quedan establecidos en el artículo 78 de dicha ley.

Las televisoras tienen las siguientes obligaciones:

[19]Cortez, Carlos (1995). La Información y la Comunicación en la Democratización de la Sociedad Rural; Posibilidades y Limitaciones, [en línea]. Xochimilco, México: Universidad Autónoma Metropolitana. Trabajo presentado en el Latín American Studies Association (LASA) XIX International Congress. Consultado el 2 de agosto de 2014. Disponible en lanic.utexas.edu/lasa95/cortez.html

> Artículo 157. El concesionario que preste servicios de radiodifusión tiene la obligación de garantizar la continuidad del servicio público de radiodifusión, por lo que no podrá suspender sus transmisiones, salvo por hecho fortuito o causa de fuerza mayor. El concesionario deberá justificar ante el Instituto la causa […]

El artículo 157 es muy claro al señalar que el servicio de radiodifusión debe ser continuo, por lo cual la empresa asume el compromiso de tener los medios y recursos suficientes para garantizar la provisión del servicio.

> Artículo 159. Los concesionarios que presten el servicio de televisión o audio restringido deberán retransmitir de manera gratuita la señal radiodifundida multiprogramada que tenga mayor audiencia. En caso de diferendo, el Instituto determinará la señal radiodifundida que deberá ser retransmitida. Los concesionarios de televisión restringida vía satélite, solo deberán retransmitir obligatoriamente las señales radiodifundidas multiprogramadas de cobertura de cincuenta por ciento o más del territorio nacional de mayor audiencia.
> (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión)

Relevante si se considera que aún los mexicanos que tienen algún tipo de televisión de paga también cuentan con los canales de Televisa y TV Azteca.

> Artículo 160. Por cada canal bajo el esquema de multiprogramación, los concesionarios deberán señalar en la solicitud lo siguiente
>
> I. Vigilar y sancionar el cumplimiento de los tiempos máximos establecidos para la transmisión de mensajes comerciales establecidos en esta Ley;

II. Vigilar y sancionar las obligaciones en materia de defensa de las audiencias de acuerdo con lo señalado por esta Ley;

III. Supervisar que la programación dirigida a la población infantil respete los valores y principios a que se refiere el artículo 3o. de la Constitución, las normas en materia de salud y los lineamientos establecidos en esta Ley que regulan la publicidad pautada en la programación destinada al público infantil, con base en las disposiciones reglamentarias emitidas por las autoridades competentes; […]

V. Informar a la Secretaría de Salud y a la Secretaría de Gobernación, los resultados de las supervisiones realizadas en términos de la fracción III, para que éstas ejerzan sus facultades de sanción. (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión)

Dentro de las obligaciones que deben acatar tanto Televisa como TV Azteca está el promover valores familiares y artísticos, así como transmitir temas educativos, etc. Queda asentado en el artículo 223.

Artículo 223. La programación que se difunda a través de radiodifusión o televisión y audio restringidos, en el marco de la libertad de expresión y recepción de ideas e información, deberá propiciar:

IX. La integración de las familias;

IX. El desarrollo armónico de la niñez;

IX. El mejoramiento de los sistemas educativos;

IV. La difusión de los valores artísticos, históricos y culturales;

V. El desarrollo sustentable;

VI. La difusión de las ideas que afirmen nuestra unidad nacional;

VII. La igualdad entre mujeres y hombres;

VIII. La divulgación del conocimiento científico y técnico, y

IX. El uso correcto del lenguaje.

.

(Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión)

Este artículo merece especial atención ya que en teoría la programación de dichas televisoras debe girar en torno a él, lo que hace falta sería establecer qué proporción de tiempo aire se le debe asignar a cada tema, porque es evidente que algunos se tratan en un tiempo tan breve que pasan desapercibidos.

Una obligación que tienen las televisoras es ofrecer más contenido que publicidad, además de respetar los tiempos establecidos en el artículo 237.

> Artículo 237. Los concesionarios que presten el servicio de radiodifusión o de televisión y audio restringidos, así como los programadores y operadores de señales, deberán mantener un equilibrio entre la publicidad y el conjunto de programación transmitida por día, para lo cual se seguirán las siguientes reglas:
>
> I. Para los concesionarios de uso comercial de radiodifusión:
>
> a) En estaciones de televisión, el tiempo destinado a publicidad comercial no excederá del dieciocho por ciento del tiempo total de transmisión por cada canal de programación […] (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión).

El hecho de que el tiempo para anunciarse en televisión sea del 18% hace que el costo de cada segundo sea elevado, pues aparte del éxito que tiene

para llegar a los consumidores su oferta es limitada, en tanto que la demanda es amplia.

> Artículo 247. Los concesionarios que presten el servicio de radiodifusión para uso comercial que cubran con producción nacional cuando menos un veinte por ciento de su programación, podrán incrementar el porcentaje de tiempo de publicidad a que se refiere esta Ley, hasta en dos puntos porcentuales.
>
> Este incentivo se aplicará de manera directamente proporcional al porcentaje de producción nacional con el que se dé cumplimiento a lo establecido en el párrafo anterior. (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión)

De ahí que tanto Televisa como TV Azteca puedan permitirse transmitir más publicidad, especialmente en el caso del primero, ya que la gran base de su programación (particularmente en el canal 2), es producida en el país, sus noticieros, programas de revista, talk show, telenovelas y varios de los programas de concurso se graban en *la fábrica de sueños*. El caso de TV Azteca es distinto, ya que sí cuenta con series que se producen en otros países en horarios estelares, durante el periodo analizado se transmitió en el horario de 9 a 10 *Avenida Brasil*, una novela brasileña producida por Rede Globo[20], mientras que en Televisa se transmitía su telenovela estelar *Lo que la Vida me Robó* de producción nacional.

Las televisoras tienen la obligación de ofrecer sus servicios de manera igualitaria y sin algún tipo de discriminación, así lo determina el art. 241 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Así mismo, a pesar de que sigan el modelo comercial, tienen la obligación de ofrecer programas de índole cultural, educativo y de interés social.

[20] 25. De Brito, Ángel (2013, 31 de diciembre). Lo que nadie contó de Avenida Brasil [en línea]. Buenos Aires, Argentina: Ciudad.com. Consultado el 16 de agosto de 2015. Disponible en www.ciudad.com.ar/bla-bla-bla/113437/nadie-conto-avenida-brasil#

> Artículo 251. Los concesionarios de uso comercial, público y social que presten el servicio de radiodifusión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias en cada estación y por cada canal de programación, con una duración de hasta treinta minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de interés social. […]. (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión)

Los derechos de audiencia también son regulados por dicha ley, señalados en el art. 256 el cual versa:

> Artículo 256. El servicio público de radiodifusión de interés general deberá prestarse en condiciones de competencia y calidad, a efecto de satisfacer los derechos de las audiencias, para lo cual, a través de sus transmisiones brindará los beneficios de la cultura, preservando la pluralidad y veracidad de la información, además de fomentar los valores de la identidad nacional, con el propósito de contribuir a la satisfacción de los fines establecidos en el artículo 3o. de la Constitución. Son derechos de las audiencias:

I. Recibir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social y cultural y lingüístico de la Nación;

Fundamental en un país como México donde existen una gran pluralidad social, presente en sus comunidades indígenas.

II. Recibir programación que incluya diferentes géneros que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad;

Relevante en el país, sin embargo, no es llevado a cabo, puesto que la pantalla no muestra pluralidad de ideas, no en los canales comerciales.

III. Que se diferencie con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presenta;

IV. Que se aporten elementos para distinguir entre la publicidad y el contenido de un programa;

Esto es fundamental, porque en la pantalla se transmite información política en programas de revista, a la vez que se transmite información carente de utilidad en asuntos públicos en sus noticieros estelares, lo cual borra la frontera entre entretenimiento e información como se verá más adelante.

V. Que se respeten los horarios de los programas y que se avise con oportunidad los cambios a la misma y se incluyan avisos parentales;

VI. Ejercer el derecho de réplica, en términos de la ley reglamentaria;

VII. Que se mantenga la misma calidad y niveles de audio y video durante la programación, incluidos los espacios publicitarios;

VIII. En la prestación de los servicios de radiodifusión 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;

Fracción importante y no demandada, por ejemplo, la comunidad lésbico, gay, bisexual, transexual, travesti, transgénero e intersexual (LGBTIII), demandan derechos civiles tales como el matrimonio, la adopción, una nueva

identidad, etc. pero no mayor y mejor presencia en televisión, con el fin de promover la aceptación, la integridad y romper con el estereotipo existente.

> IX. El respeto de los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la igualdad de género y la no discriminación, y
>
> X. Los demás que se establezcan en ésta y otras leyes […] (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión).

Es el artículo antes mencionado el que dota a los consumidores de la base legal necesaria para exigir a las empresas de radiodifusión contenido incluyente y no discriminatorio.

1.4.1 Reglamentación del uso de tiempo aire por parte de los partidos políticos

La regulación de los servicios de radiodifusión por parte de los partidos políticos está establecida en la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales 2014, en este caso es una ley distinta, ya que si bien la Ley Federal de Radiodifusión y Telecomunicación establece el uso de tiempo aire por parte del Estado no lo hace para los partidos políticos.

La Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales reglamenta, entre muchas otras cosas, el uso de los partidos políticos en la televisión y radio. Queda establecido en el título segundo, en el capítulo primero, correspondiente al acceso a la radio y televisión. Los artículos más relevantes para la investigación son:

Artículo 159:

IV. Los Partidos políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión. Tampoco podrán contratar los dirigentes o afiliados a algún partido político, o cualquier ciudadano, para su promoción personal con fines electorales […]. (Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales)

El artículo 159 lo que pretende es que no haya candidatos que estén sobre expuestos en los medios de radiodifusión, y por ende, busca promover una competencia equitativa.

Artículo 160.

I. El Instituto es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a los fines propios del Instituto y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de las prerrogativas y derechos que la Constitución y esta Ley otorgan a los partidos políticos y candidatos independientes en esta materia […]. (Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales)

Al igual que el artículo 159 busca que la competencia mediática sea equilibrada.

Artículo 167.

I. Durante las precampañas y campañas electorales federales, el tiempo en radio y televisión, convertido a número de mensajes, asignable a los partidos políticos, se distribuirá entre ellos conforme al siguiente criterio: treinta por ciento del total en forma igualitaria y el setenta por ciento restante en proporción al porcentaje de votos, obtenido por cada partido político en la

elección para diputados federales inmediata anterior. (Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales).

Nuevamente pone en manifiesto que es la autoridad electoral quien asigna los tiempos en televisión y radio, y no los partidos políticos. El hecho de que se tome el 30% para repartirse de forma igualitaria busca promover que todos los partidos tengan acceso a los medios de radiodifusión, sin embargo, el que el 70% se reparta en base a los votos obtenidos en las elecciones federales anteriores pone en desventaja a los partidos pequeños.

II. Tratándose de coaliciones, lo establecido en el párrafo anterior se aplicará de la siguiente manera:

a) A la coalición total le será otorgada la prerrogativa de acceso a tiempo en radio y televisión establecida en esta Ley, en el treinta por ciento que corresponda distribuir en forma igualitaria, como si se tratara de un solo partido. Del setenta por ciento proporcional a los votos, cada uno de los partidos coaligados participará en los términos y condiciones establecidos por el párrafo dos anterior. El convenio de coalición establecerá la distribución de tiempo en cada uno de esos medios para los candidatos de la coalición, y

b) Tratándose de coaliciones parciales o flexibles, cada partido coaligado accederá a su respectiva prerrogativa en radio y televisión ejerciendo sus derechos por separado. El convenio de coalición establecerá la distribución de tiempo en cada uno de esos medios para los candidatos de coalición y para los de cada partido […]. (Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales)

II. Tratándose de precampañas y campañas en elecciones locales, la base para la distribución del setenta por ciento del tiempo asignado a los partidos políticos será el porcentaje de votación obtenido por cada uno de ellos en la elección para diputados locales inmediata anterior, en la entidad federativa de que se trate. (Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales)

En el ámbito de las elecciones locales, a diferencia del federal, se toma como base para la repartición de tiempo en televisión y radio, el porcentaje de votación en las elecciones locales anteriores.

V. Los partidos políticos de nuevo registro, tanto nacionales como locales, según sea el caso, participarán solamente en la distribución del treinta por ciento del tiempo a que se refiere el párrafo 1 de este artículo. (Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales).

El que se reparta menos de la mitad (el 30%), de manera igualitaria pone en franca desventaja a los partidos nuevos, pues si bien ya compiten en desigualdad de condiciones por el simple hecho de ser de reciente integración, dado a que muchos ciudadanos desconocen al partido y su ideología, esta repartición les complica darse a conocer. Si se considera que los partidos con mayor antigüedad PAN y PRI tienen exactamente el mismo tiempo que ellos en la repartición igualitaria, la del 30%, y además una gran parte del 70% ¿cómo se busca una equilibrio ya no entre los candidatos, sino entre los partidos mismos?, esto anula la buena intención de evitar candidatos sobrexpuestos en los medios. Sería conveniente que se repartirá el 50% de manera igualitaria entre todos los partidos y el otro 50% en base a los resultados de las elecciones inmediatos anteriores, ya sea federales o locales, según sea el caso.

6. Para la determinación del número de mensajes a distribuir entre los partidos políticos, las unidades de medida son: treinta segundos, uno y dos minutos, sin fracciones; el reglamento determinará lo conducente […]. (Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales).

Artículo 168.

I. A partir del día en que, conforme a esta Ley y a la resolución que expida el Consejo General, den inicio las precampañas federales y hasta la conclusión de las mismas, el Instituto pondrá a disposición de los partidos políticos nacionales, en conjunto, treinta minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión […]. (Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales)

Artículo 169.

II. Los siete minutos restantes serán utilizados para los fines propios del Instituto y de otras autoridades electorales […]. (Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales).

El hecho que el Instituto Electoral también se promocione es relevante para incentivar el voto, dar a conocer la fecha de las elecciones, así como para difundir un mensaje de legalidad y transparencia en las elecciones.

Artículo 180.

I. Los gastos de producción de los mensajes para radio y televisión de los partidos políticos serán sufragados con sus propios recursos.

Es muy importante porque los partidos pequeños o nuevos que tienen acceso a los medios se enfrentan al costo de producción, este puede ser el mayor impedimento para transmitir de manera eficiente un mensaje, particularmente en el caso de la televisión, donde se necesita un equipo de producción que exige profesionales en iluminación, audio, marketing y comunicación, a su vez, de la renta del equipo: luces, cámaras, set, etc.

Artículo 183.

I. El tiempo en radio y televisión que determinen las pautas respectivas no es acumulable; tampoco podrá transferirse tiempo entre estaciones de radio o canales de televisión, ni entre entidades

> federativas. La asignación de tiempo entre las campañas electorales se ajustará estrictamente a lo dispuesto en este capítulo, a lo que, conforme al mismo, establezca el reglamento en la materia […] (Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales).

Relevante cuando lo que se busca es competitividad e impacto, ya que evita mensajes excesivamente largos, o bien que solo exista presencia en un canal o estación.

A pesar de que en la norma Televisa y TV Azteca están regulados, en la realidad ostentan un poder que va más allá de lo que dos empresas de televisión abierta deberían tener. Demuestran su poder e influencia al lograr crear enemigos imaginarios como el caso del ex diputado Chidiac, al ser capaces de borrar actores políticos como se hizo con Santiago Creel, o al hacer lo que a los partidos políticos les cuesta tanto trabajo , aprobar leyes sin cambiarle una coma y en menos de 7 minutos como la “Ley televisa” (2006), la cual realmente consistía en una serie de modificaciones a la Ley Federal de Telecomunicaciones.

La televisión en México desde el inicio estuvo relacionada con la política, fue un actor político (el presidente Miguel Alemán), quien decidió que la televisión en el país seguiría el modelo comercial. Hoy en día es el medio masivo de comunicación más usado por los mexicanos. La mayor oferta de programas está a cargo de Televisa y TV Azteca, ambas empresas buscan generar programación que cautive al consumidor con el propósito de tener un buen rating y vender publicidad. Las dos televisoras están reguladas por la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, sin embargo, la ley de Instituciones y Procedimientos Electorales también dicta normas sobre su uso.

CAPÍTULO 2

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS EN LA PERSPECTIVA DE LA CIENCIA POLÍTICA

2.1 Los medios de comunicación masiva

Es oportuno comenzar señalando la diferencia entre medios de comunicación masiva y medios de comunicación. La comunicación masiva es la que sucede entre un solo emisor y una "masa[21]" de receptores, es decir, un gran público, mientras que los medios de comunicación que no son masivos en muchas ocasiones son los canales que permiten llegar a comunicarse como lo es un teléfono (medio de comunicación interpersonal[22]). Juntos permiten la comunicación política, que es el "sistema nervioso" de toda unidad política (Bobbio, 1982: 264). El presente estudio abarca los medios de comunicación masiva: televisión, radio, internet y prensa escrita; sin embargo, se concentra en la televisión.

Hoy día es cuando más medios de comunicación masiva ha tenido la humanidad, se cuenta con periódicos, revistas, radio, televisión e internet, el cual a su vez ofrece muchos canales a través de los cuales cualquier persona con conexión a la red y una computadora o celular puede publicar mediante blogs y redes sociales (especialmente Twitter y Facebook), sus conocimientos u opiniones sobre temas de su interés.

[21] Para Ortega y Gasset la masa es el conjunto de personas no especialmente cualificadas; el hombre medio. Ortega, José (1930) *La rebelión de las masas,* México, D.F: Tomo.
[22] Sarasola, Irene (S/F) Medios de comunicación, [en línea]. Madrid, España. Consultado el 5 de febrero de 2015 de http://www.galeon.com/rubiancomunicate/

El internet ha hecho que sea más fácil que nunca comunicar a más de una persona y hacer de manera pública las opiniones. Lo curioso es que a pesar de que se cuenta con muchos medios masivos de comunicación se tiene una limitada pluralidad de ideas, y no solo eso, la televisión sigue (aunque sea por poco tiempo más), siendo el medio de comunicación masiva más importante.

Parto de la idea de que tiene que haber elementos, específicamente componentes de la cultura política que incentivan el consumo de la televisión, a su vez el consumo televisivo debe provocar efectos directos en la cultura política; conociendo qué factores contribuyen al elevado consumo de la pantalla se pueden proponer opciones para medios alternativos.

Cada vez es más frecuente el uso de la red tanto para fines académicos como recreativos, y es que a diferencia de los medios tradicionales los cuales dejan al consumidor subestimados a lo que decidan transmitir o publicar, con el internet sucede una cuestión completamente diferente, pues si bien al igual que con la radio y la televisión se necesita de un aparato para poder utilizarlo es también inevitable tener que contratar un servicio de conectividad para poder acceder a la red, por lo cual mes con mes se tiene que estar pagando dicho servicio, algo similar que con la televisión de paga, sin embargo, al pagar dicho servicio la persona tiene muchas posibilidades de encontrar lo que está buscando, cosa que no sucede con los periódicos y revistas, y tampoco con la radio y televisión, puesto que el espectador está limitado a lo que el medio decida.

En la red es el consumidor quien busca el contenido; on la radio tiene que esperar a que alguna estación ponga la canción que desea escuchar, con la televisión de igual modo tiene que aguardar para poder ver un programa en particular, con un horario en específico. En la red no sucede así, ya que no tiene más que teclear el nombre de la canción que quiere escuchar en un

buscador y encuentra la canción, el video (si es que tiene), la letra de la misma y las notas de la canción que le interesa; de la misma manera, si le interesa los programas de bromas solo basta con teclear la palabra broma en un buscador para obtener videos chuscos, ideas sobre bromas y además una lista de las mejores bromas. En la red él es dueño y señor de la información, decide qué ver, cómo verlo y en qué tiempo, cosa que no sucede con ningún otro medio de comunicación.

Una de las particularidades más importantes de internet es su capacidad de retroalimentación, la cual es más complicada con los otros medios, en caso de una publicación periódica como lo es un diario y una revista para establecer el llamado *feedback*[23] se necesita enviar un mail o mandar una carta con los comentarios que se desea hacer, y además se está subestimado a que la editorial considere pertinente el comentario o bien que simpatice con el mismo y lo publique, en muchas ocasiones se necesita que la publicación no cuente con mucha correspondencia para que analice y considere el mail o la carta.

A la radio es más difícil acceder, sin embargo, es más fácil que la televisión, puesto que es común las llamadas telefónicas, aun así no es sencillo que exista verdadera retroalimentación, y si las ideas del líder de opinión no coinciden con el interlocutor difícilmente el comentario saldrá al aire o será transmitido en pocos segundos.

Con la televisión es complicado establecer retroalimentación, una manera sencilla de mostrar que a la audiencia le gusta el contenido es con el rating (es un valor que ayuda a evaluar las audiencias de diferentes programas u horarios y es utilizado principalmente en televisión y radio) (García 2011, en línea). Si tiene un buen rating, es que la audiencia está de acuerdo con el

[23] En este caso se entiende por feedback el proceso de retroalimentación entre el receptor (el medio) y la audiencia. En cada Feedback siempre hay una persona que lo emite [mensaje], y una que lo recibe (Bossi, 2001:1).

programa, si no tiene mucho es que no le gusta. No obstante, es difícil lograr un *feedback* efectivo, en la cual el espectador exprese sus opiniones.

En internet es diferente porque la retroalimentación suele ser sencilla, en los blogs para responderle al autor solo se tiene que dar clic en responder/comentar y teclear el mensaje, en las redes sociales como Twitter y Facebook es una lógica similar, se entra a la cuenta, se pública y etiqueta a quien se desee. A pesar de que Twitter es una herramienta que solo permite el uso de 140 caracteres, es quizás la más útil para los líderes de opinión y para sus seguidores, debido a que en pocas palabras se dice qué está pasando y en ocasiones ponen los links de la nota completa.

Aparentemente internet es el medio más sencillo, por el momento, para establecer retroalimentación con los líderes de opinión, se tendrá que esperar para ver si el creciente uso de las redes sociales no termina por dificultad lo que hoy tanto se valora, el poder de conectar rápidamente con los emisores, debido a que cada día surgen nuevas empresas dedicadas al manejo efectivo de las cuentas de redes sociales, lo cual terminaría dificultando nuevamente el proceso de retroalimentación.

Aún hay quienes consideran que internet no es un medio masivo de comunicación, sino el *carrier*[24] que lo facilita, sin embargo, un contenido subido a un blog es un mensaje de un emisor a varios receptores. Para que a un medio se le considere masivo debe de cumplir con tres dimensiones: tecnológica, profesional y comercial. Las cuales cumple.

> Un medio de comunicación descansa en tres dimensiones: tecnológica, profesional (oferta, construcción de programas) y

[24] En este caso televisión, internet, y prensa (Cortés & Saldaña, 2013: 13). En telecomunicaciones un *carrier* es una empresa que brinda un servicio.

> comercial (representación del público). En pocas palabras, el medio de comunicación nace de una oferta construida por profesionales, que utiliza un sistema tecnológico para encontrar un público. (Crovi, 2006: 3)

Ante el apogeo de las redes sociales hoy es común su uso por parte de los otros medios (televisión, radio, periódicos, revistas, etc.), para lograr establecer retroalimentación, esto pone en evidencia dos cosas: La primera es que comprueba la sencillez que hay en la red para el intercambio de ideas, y segunda, la necesidad que empiezan a tener los medios "tradicionales" para estar más cercanos y presentes con los usuarios que tienen acceso a la red, por lo cual se ha vuelto un medio que complementa a los medios tradicionales.

2.2 Modelos de Televisión

¿Es igual la televisión en Estados Unidos que en China? ¿Es igual la televisión en un sistema democrático que en un sistema totalitario? La respuesta es no. Existen diversos modelos de televisión de acuerdo al sistema político. Carlos Manuel Rodríguez y Carlos Moreira retoman un estudio realizado por Hallin y Mancini y analizan su evolución.

> Proponen cuatro dimensiones principales para la comparación de los sistemas de medios de comunicación: la estructura de los mercados mediáticos, incluido especialmente el grado del desarrollo de la prensa de gran tirada; el grado y la forma de paralelismo político; el desarrollo de la profesionalidad periodística; y el grado y la forma de la intervención estatal en el sistema de medios de comunicación. (Moreira & Rodríguez 2011: 26)

Tomando en cuenta lo anterior desarrollan 3 modelos ideales:

- El Pluralista Polarizado o Mediterráneo.
- El Modelo Democrático Corporativo o del Norte y Centro de Europa
- El Modelo Liberal o del Atlántico Norte

> El Modelo Pluralista Polarizado se caracteriza por un alto nivel de politización que se manifiesta en una importante intervención del Estado y de los partidos políticos en muchas áreas de la vida social, y las fuertes lealtades de gran parte de la población hacia ideologías políticas muy variadas; lealtades que van acompañadas de un escepticismo muy extendido con respecto a la idea del bien común y una relativa ausencia de reglas y normas consensuadas. Se caracteriza, además, por un consumo desigual de la información pública […]. Los medios de comunicación informativos se caracterizan por un alto nivel de pluralismo externo, al consumir el papel de defensores de diversas ideologías políticas, y dicho compromiso suele pesar más que el compromiso con una cultura profesional común. Las relaciones entre periodistas y actores políticos son estrechas, el Estado interviene activamente en el sector mediático y los periódicos dan mucha importancia al comentario sofisticado dirigido a los activistas políticos que suelen leerlos. (Rodríguez &. Moreira 2011: 27)

¿México pertenece a este modelo? No, porque a pesar de que existen fuertes lealtades políticas, así como diversas ideologías en el país (izquierda, "centro" o derecha), hay consumo desigual de la información sobre asuntos políticos y diversas características que sí corresponden al modelo pluralista polarizado, los medios y específicamente la televisión no encaja en este modelo, ya que los medios masivos de comunicación van en su mayoría sobre la misma línea, es decir, no hay una pluralidad en los medios. Es difícil (sino es que imposible), encontrar en televisión abierta noticieros o comentarios de los líderes de opinión que vayan en contra de algún actor político o bien que tengan posturas encontradas con respecto a la ideología, aunque sí podemos

encontrar una cadena con una postura más popular que otras, la ideología es la misma.

> El Modelo Democrático Corporativo: se caracteriza por un fuerte énfasis en el papel de la sociedad de los grupos sociales organizados, pero a la vez por un compromiso con el bien común y con las reglas y normas consensuadas a través de las divisiones sociales. Le concede gran valor a la libre circulación de la información, y entiende que el Estado tiene una verdadera obligación de fomentar esa circulación. Existe, además, una gran cultura de consumo de información sobre asuntos públicos y la cultura mediática se caracteriza por una tradicional concepción de que los medios son vehículos de expresión de los grupos sociales y de ideologías diversas. Presenta, además, un alto grado de compromiso con normas y procedimientos comunes y la intervención estatal en los medios es externa pero la autonomía de éstos es valorada. (Rodríguez &. Moreira 2011: 27)

México no pertenece a este modelo, aunque ese debe ser el objetivo a lograr ya que es por mucho el mejor. ¿Por qué no pertenece al modelo democrático corporativo? La sociedad mexicana no se ajusta a ninguna de las características primordiales que postula, para empezar, la información política es poco demanda aunque sí es consumida, hay una brecha importante entre quienes se informan a través de la radio y los periódicos, que aquellos que lo hacen mediante televisión abierta. Además la sociedad es poco organizada, la asociación civil no es frecuente y su fiabilidad suele ser muy cuestionada, por si faltara algo más, México es un país donde sus leyes no se respetan.

Por parte de los medios masivos de comunicación no existe la pluralidad y la autonomía de las opiniones que presentan es cuestionable, solo pocos medios (normalmente de prensa escrita y con un bajo tiraje o mediante internet), muestran cierta pluralidad.

> El Modelo Liberal se caracteriza por una concepción más individualista de la representación, en la cual se enfatiza en menos que los otros dos sistemas el papel de los grupos sociales organizados, el cual se considera a menudo negativo en el sentido que eleva los “intereses especiales” por encima del “bien común” al cual suele dar prioridad en relación con la lealtad y coherencia ideológicas. El papel del Estado suele verse en términos negativos y se entiende que la libre circulación de la información requiere una limitación de la intervención estatal. La cultura individualista tiende a dar prioridad a la vida privada por encima de la pública y el papel de los medios suele interpretarse más que en términos de representación de los grupos sociales y de diversidad ideológica, en términos de provisión de información a los ciudadanos-consumidores y como vigilante del gobierno. Una cultura profesional común del periodismo esta en cierto modo desarrollada, aunque no institucionalizada formalmente como en los países del Modelo Democrático Corporativo, y existe un fuerte énfasis en la limitación de la intervención gubernamental en la esfera de los medios, y éstos suelen dirigir su programación a una amplia audiencia de masas con un limitado énfasis en los asuntos públicos. (Rodríguez &. Moreira 2011: 28)

México corresponde a este modelo puesto que tiene todos estos elementos, a nivel sociedad los ciudadanos suelen ser desorganizados y cuando se asocian es común la desconfianza, especialmente con el uso de los recursos; a nivel de los medios la televisión mexicana tiene como principal objetivo entretener antes que informar, ya que incluso informa mientras entretiene. Se muestra una limitada pluralidad y somos para los medios primero consumidores y después ciudadanos. En la misma línea, los contenidos que se transmiten en la televisión están enfocados en una amplia audiencia de masas, dejando los programas de asuntos públicos en última instancia. Finalmente, las televisoras han demostrado que los actores políticos no

intervienen en la programación, pero las empresas de radiodifusión sí condicionan a los políticos.

Otra clasificación de los medios masivos de comunicación y los sistemas políticos que es pertinente mencionar es la de Siebert, Peterson y Schramm, retomada por Sidney Kraus y Dennis Davis. En ésta se proponen 4 tipos:

- Soviético-comunista o totalitarista
- Libertaria
- De responsabilidad social
- Autoritaria.

> En los sistemas totalitarios o autoritarios, el flujo de la información se mueve estrictamente de "arriba abajo". En un sistema de este tipo, toda la información es más o menos política, ya que su transmisión y uso tienen consecuencias directas o indirectas para el sistema político. Por consiguiente, incluso el contenido que tiene fines de entretenimiento, también se controla estrechamente debido a su inferencia potencial para el sistema político. Para un gobierno totalitario es esencial contar con un sistema de comunicación bien planeado, de funcionamiento óptimo, que transmita eficazmente la información seleccionada y tamizada previamente por funcionarios gubernamentales, ya que es una forma de asegurar la permanencia del gobierno y la aplicación de sus normas. (Kraus S. & Davis D. 1991: 106)

En la cultura popular es común escuchar que los medios de comunicación y particularmente que la televisión está al servicio del gobierno, sin embargo, en México tanto en lo legal como en la práctica se ha desarrollado un modelo comercial, es decir, por actores privados, es así desde el gobierno de Miguel Alemán, por lo cual este modelo no corresponde ni a

nivel medios ni a nivel sociedad, ya que el gobierno no controla a la televisión, es más podría decirse que incluso la pantalla sí ejerce cierto control sobre los actores políticos.

> Los sistemas de comunicación de responsabilidad social se caracterizan por un alto grado de "autocensura". En esos sistemas, los profesionales de los medios, no los funcionarios de gobierno, son los que toman las decisiones acerca de la información que debe transmitirse. El principal criterio que rige en su toma de decisiones es que la información que se transmite beneficie a la sociedad como un conjunto y no únicamente al gobierno. (Kraus S. & Davis D. 1991: 106)

México no corresponde a este modelo debido a que los criterios para la transmisión de la información que siguen las televisoras mexicanas no están guiados por el beneficio social, estando en primera posición los intereses como empresa. Se confirma cuando se borró de la pantalla a Santiago Creel por haber aprobado la reforma electoral, la cual prohibía a los partidos gastar en las campañas electorales cifras exorbitantes, afectando directamente a Televisa; o bien en el caso de TV Azteca, cuando transmitió en su noticiero estelar "*Hechos Noche*" que gracias al diputado Jorge Estéfan Chidiac los mexicanos no tendrían nada que festejar esa navidad, ya que paró una iniciativa que frenaba la competitividad para Banco Azteca. Ambas televisoras sirven a intereses empresariales-personales antes que a la sociedad.

> Los sistemas de comunicación libertaria sencillamente transmiten la información que desee cualquier persona que tenga acceso a un medio. No se imponen restricciones al acceso o la transmisión de la información con base a la premisa de "la mejor información" […] El libre acceso al sistema de comunicación se contempla como un derecho del ser humano, el cual no debe de usurpar el gobierno. (Kraus S. & Davis D. 1991: 106)

Nuevamente México no encaja en este modelo por dos razones: aunque formalmente cualquier persona puede acceder a la televisión las tarifas que maneja son sumamente altas para el ciudadano promedio, inclusive para el empresario común. La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión marca brindar el servicio sin algún tipo de discriminación, no obstante, las tarifas lo complican, y en segundo lugar, cuando se quiere acceder al medio no como publicidad sino para comunicar, es el medio el que decide qué sí y qué no entra al aire, particularmente en las grandes televisoras. En aquellas más pequeñas se tiene que comprar el tiempo, y aunque la tarifa podría llegar a ser accesible el impacto social es limitado, y la supervivencia del programa requerirá de patrocinadores.

> Bajo los regímenes autoritarios, el gobierno vigila estrechamente la información con el fin de encauzar la información dirigida a apoyar las normas públicas y desalentar la información antigubernamental. Wright (1952) clasifica como autoritarios a los sistemas de comunicación de la mayoría de los países en desarrollo, debido al control directo que ejercen los gobiernos sobre el contenido de los medios. (Kraus S. & Davis D. 1991: 106)

La televisión mexicana encaja en este modelo ya que aún está en vías de desarrollo; además de que existe una línea que siguen todas la televisoras comerciales donde la opinión y la información está dirigida, y cuando algún periodista o medio osa retar al gobierno y mostrar o revelar información "inconveniente" se le censura, ya sea mediante amenazas o bien incurriendo al monopolio de la violencia. Queda evidenciado en el informe mundial sobre la Libertad de Prensa del 2015 de la Organización Internacional Reporteros sin Fronteras, en donde ubica a México como un país de situación difícil para

ejercer el periodismo[25]. Es importante aclarar que la información está dirigida más no por el gobierno, sino por un proceso de negociación entre los empresarios de los medios y actores políticos.

2.3 La relación medios masivos de comunicación y política

Como he mencionado anteriormente la relación entre medios de comunicación y política es sumamente estrecha, no por el número cada vez mayor de estrellas de televisión que se vuelven políticos, sino desde una perspectiva politológica, la televisión se ha vuelto un medio de control social a través del control de la información.

Una persona no puede protestar ante la inminente amenaza de sus intereses si no sabe lo qué está pasando; por lo cual el decidir que sí es digno de que se transmita y qué no, es también una manera de controlar a la sociedad.

El decidir qué información es irrelevante o importante es una tarea en la cual todos los consumidores deberían participar activamente, algo sumamente complicado pues es difícil que en el caso mexicano los millones de televidentes se pusieran de acuerdo sobre qué tipo de información sí es transcendental, por eso es el medio quien termina por decidir qué se transmite.

[25] Véase Reporteros Sin Fronteras (2015). *Informe Mundial* [en línea]. Montpellier, Francia. Recuperado el 5 de junio de 2015 de https://es.rsf.org/report-mexico,184.html

El medio al ser dirigido por ciudadanos debería saber o por lo menos sospechar que sí es digno del interés público y qué información es mero entretenimiento, y dedicarle a cada uno su propio espacio, originando un dilema mayor: ¿Hasta qué punto un noticiero debe entretener?

La cuestión es que los noticieros son programas dedicados a las noticias, a los hechos relevantes, los programas a los cuales la sociedad acude con el propósito de informarse, más que para entretenerse, de lo contrario podría sintonizar algún otro género televisivo como las telenovelas o algún talk show.

El problema radica en que los noticieros principales no se limitan a dar noticias sobre asuntos públicos, sino que entre noticia y noticia se suelen transmitir cápsulas sobre, por ejemplo, el uso del limón persa, las sopas instantáneas o la epilepsia, que si bien mucha gente consume sopas para el microondas, disfruta del limón y unas menos padecen epilepsia ¿es información útil? ¿Se puede lograr el desarrollo de una mejor sociedad conociendo las propiedades del limón? ¿Podemos tomar mejores decisiones conociendo datos curiosos sobre las sopas instantáneas? La respuesta es muy sencilla: Difícilmente. A menos que México se vuelva un país “limonero” o que se decida volver al país uno productor de sopas instantáneas.

Toda la información es útil, el conocimiento es poder, pero cuánta de ella es relevante como sociedad, ¿hasta qué punto el medio tiene derecho a entretener en vez de informar en programas *informativos*? La respuesta suele ser obvia: No sin antes avisar qué es entretenimiento y qué es información.

En los noticieros está barrera no es el del todo clara debido a que, por ejemplo, en el caso del noticiero estelar de Televisa tiene secciones como *Terapia Intensiva* o las *Mangas del Chaleco,* en donde se mezcla información

seria con información chusca e incluso con un doble sentido, a pesar de esto la barrera está más o menos presente.

En programas de revista (aquellos que transmiten espectáculos, promocionan artículos, se hacen sketch[26], etc.), o en telenovelas, se transmiten asuntos que sí informan sobre asuntos políticos, es decir, se mezclan los papeles, los programas que se hacen con el fin de entretener también informan, y viceversa, los programas dedicados a informar también entretienen, borrando así las barreras y creando los que se denomina como *branding*, posicionamiento de marca o *advertaiment,* es decir, la mezcla de mercadotecnia y entretenimiento (Villamil, 2010 :18) el cual es más eficiente para vender productos.

Antes solo bastaba con meter la imagen de un producto, el ejemplo clásico es el de una Coca-Cola, en una escena para que el consumidor potencial (y no tan potencial), quisiera ir a comprar una. Hoy se introducen diálogos políticos en medio de contextos no políticos; por lo tanto es común ver y escuchar en programas de revista y en telenovelas conversaciones sobre las obras de un determinado gobierno, o bien ver elementos como a los protagonistas de algún melodrama portando las playeras de un partido en época electoral; mientras que por otra parte, se encuentra información acerca de cómo partir correctamente el limón persa en los noticieros estelares.

Es evidente que es necesario darle el espacio oportuno a cada tipo de información, porque de otra manera no se puede garantizar que la información relevante sea considerada como lo es: Importante. Además al mezclar entretenimiento con información política la mente no es consciente del todo (si

[26] Es otra pieza dramática cómica […] es una escena breve, de carácter humorístico o sarcástico y forma parte de un espectáculo mayor […]. La temática burlesca es su principal característica, centrada en la imitación de personajes y situaciones conocidas por el público ante el cual es representado. (*Tres géneros teatrales humorísticos* (2007). [en línea], Paraguay: ABC. Consultado el 13 de agosto de 2015 de www.abc.com.py/articulos/tres-generos-teatrales-humorísticos-088458.html)

es que lo llega a estar), de que está recibiendo información política y que es información que merece un trato especial, que debe incentivar la crítica y el análisis, diferenciándola del contexto de esparcimiento y por ende de menos análisis y critica en el que se está presentando dicha información.

¿En qué se basan los medios para seleccionar la información que se transmite y cuál es la que no vale la pena dedicarle tiempo en pantalla? Giovanni Sartori ofrece una primera respuesta: La imagen, y sí es cierto para que se pueda transmitir en televisión es forzoso tener una película o imagen de la nota u evento, porque de otra manera ¿qué se estaría mostrando al público?

Lo que provoca que si hay imagen de un acontecimiento hay una noticia, pero si hay un hecho relevante y no hay imagen ¿qué hay? Para la televisión si no hay algo que valga la pena mostrar no hay noticia, y por ende se deja pasar hechos que sí son sobresalientes para dar lugar a lo opuesto, imagen con carencia de importancia, lo que Giovanni Sartori denomina el *pseudo-acontecimiento*, el hecho que acontece solo porque hay una cámara que lo está rodando, y que, de otro modo, no tendría lugar (Sartori, 2007: 83).

El *pseudo-acontecimiento* no es más que una de las tantas formas que la imagen nos ha dominado, no solo en televisión, pues los diversos medios se han visto afectados ante su poder, porque “una imagen vale más que mil palabras”, muchas veces solo basta ver la foto de la primera plana para saber cuál es la nota más relevante, cuántas veces no se alaba o busca el periódico que tenga la mejor calidad en cuestión de gráficos e imagen. Sin embargo, la televisión es más vulnerable ante ella porque su esencia misma es el transmitir imágenes.

La televisión está obligada a tener un buen contenido visual a diferencia de la radio y de los periódicos, donde basta con tener los nombres, el lugar, la fecha, la hora, así como el acontecimiento a comunicar.

Existe una enorme diferencia entre hacer radio y hacer televisión, en el caso mexicano fue visto desde el principio cuando Emilio Azcárraga Vidarrueta se negó a llevar a su equipo de radio a televisión porque sus esencias son diferentes, y hoy la esencia sigue siendo completamente distinta, en la radio todo es voz mientras que en la televisión es imagen y después voz, lo que obliga que las personas que trabajan en radio tengan algo qué decir, que pueda cautivar al público, mientras que en televisión primero debe tener una buena imagen.

> Hacer programas de radio y de televisión es completamente distinto, podría parecer que es lo mismo pero no. Para hacer algo en radio solo necesitas que llegue el locutor, no importa cómo, si está en chanclas o si no se bañó; en cambio para hacer televisión necesitas crear el set, checar las luces, el sonido, a la persona indicada y algo que en radio haces en 20 minutos en televisión puedes tardar varios días teniendo ya a la gente. (Víctor Cortez, comunicación personal, agosto, 2014)

Las diferencias entre hacer televisión y radio no son solo técnicas también lo son los públicos de ambos medios. La audiencia de la radio, especialmente aquella que se informa sobre cuestiones políticas es más crítica y pensante, conoce e identifica de manera más rápida a los principales actores políticos, además de que están más abiertos al debate que aquellos que obtienen su información a través de la televisión, encuentro una posible respuesta en el hecho de que en la radio a una noticia se le brinda el triple de tiempo que a una brindada por televisión, esto obedece también a que los noticieros de radio tienen una duración mayor que los transmitidos por

televisión, y por ende se dedica más tiempo a los hechos políticos y a los actores.

No obstante, la diferencia también está en contenidos, mientras que los noticieros que se transmiten por radio están más relacionados con la gente porque se llama para reportar un accidente, un atropellado o irregularidades, en televisión eso es mucho más complicado, y es el medio el que decide qué si y qué no tiene la relevancia necesaria para poder estar al aire. Desde una lógica sistémica, el medio recibe los inputs de la sociedad y ve qué es lo que está pasando, procesa esas demandas y dentro de la caja negra ofrece el contenido que la gente busca.

2.4 Los medios masivos de comunicación como objeto de estudio de la Ciencia Política

Los medios masivos de comunicación deben de formar parte del objeto de estudio de la ciencia política por 5 razones fundamentales:

1. Son un agente de socialización política
2. Son formadores de opinión pública
3. Son un reflejo de la cultura política
4. Influyen en la configuración de la cultura política
5. Son un medio de influencia y control social.

La ciencia política es una disciplina que forma parte del área social, los medios masivos de comunicación influyen, modelan y hasta cierto punto son un mecanismo de control social a través del dominio de la información, por lo cual al estudiarlos de manera científica con el uso de teorías como la sistémica de

Easton y de Luhmman[27] permiten un mejor entendimiento de la sociedad y del poder.

Son reconocidos como un agente de socialización política, y aunque en las investigaciones han sido subestimados ante otros agentes socializadores es innegable que hay una relación entre medios de comunicación masiva y socialización política. Hoy se deben estudiar como un elemento que tiene un peso importante en el proceso de socialización, particularmente en las sociedades modernas, donde los lazos familiares se han debilitado y hay un creciente el uso de la televisión.

Los medios masivos de comunicación son un elemento fundamental en la formación de opinión pública en las sociedades industrializadas o en aquellas donde el debate público ha sido obstaculizado, su importancia en la opinión pública es incuestionable como se estudia más adelante.

También los medios masivos de comunicación son importantes en el estudio de la cultura política, porque a pesar de que no son un elemento que la constituye sí funcionan como espejo del tipo de cultura política existente, al mostrar actitudes autoritarias o democráticas (retomando la clasificación de Siebert, Peterson y Schramm[28]), entre otros elementos más.

Finalmente los medios tienen un poder de influencia social, como científicos sociales los estudiosos de la ciencia política no deben de menoscabar todo aquello que genere cambios en la sociedad, particularmente en un elemento que tiene el control de la información y que además ha

[27] Ambos autores postulan a la sociedad como un sistema. En el caso de Luhmman el sistema está compuesto de subsistemas, los cuales tienen un lenguaje específico; mientras que Easton incluye las demandas (inputs) y respuestas (outputs) a través de la "caja negra", es decir, el sistema político.
[28] Consúltese página 52.

demostrado su poder para influenciar a las personas, para prueba bastan los denominados estereotipos, los cuales son formados y sustentados por los medios masivos de comunicación, si a la televisión se le dota del poder de moldear la forma de vestir y el canon de belleza de la sociedad ¿por qué se excluye su poder en el ámbito político? por lo cual, dejarlos fuera del análisis politológico es también excluir un elemento importante que es a la vez espejo, creación y producto de la sociedad.

2.5 Del cómo los medios masivos de comunicación generan opinión pública

La cuestión más relevante de los medios con la política es que son formadores de opinión pública[29] para Bobbio la opinión pública es aquella que pertenece a la política y no coincide con la verdad, por lo mismo que es opinión, doxa y no episteme, pero, en lo que se forma y afirma en el debate, expresa una actitud racional, crítica y bien informada; y ésta es el pilar de la democracia (Bobbio, 1983: 1705).

Giovanni Sartori afirma que todo el edificio de la democracia se basa en la opinión pública, y especialmente la democracia liberal, porque las elecciones deben ser libres, es decir, libremente formada. Si las opiniones se imponen, las elecciones no pueden ser libres (Sartori, 2009: 31). De ahí la importancia de estudiar y analizar a los medios y a la cultura política.

[29]*Opinión Pública*. En el Diccionario de Política (Vol. 2, p. 1075-1079). Mexico, México: S. XXI.

2.5.1 Modelos del impacto de los medios en la formación de la opinión pública

Es evidente que existe una relación entre la opinión pública y los medios masivos de comunicación, por lo cual se han desarrollado diversos modelos y teorías para entender está relación. A continuación se muestran los más importantes.

El primer modelo es el denominado “Aguja hipodérmica”, también es conocido como el modelo de la “bala mágica” en el cual se le atribuye al medio un poder excesivo, casi hipnotizante ante su audiencia, esto se debe en parte al contexto en el que fue desarrollado, ya que surge en el periodo de entre guerras durante la década correspondiente entre 1920 y 1930. Fue desarrollado por el interés que causo la propaganda y específicamente para ver sus repercusiones durante la primera guerra mundial. En ese contexto los medios de comunicación estaban surgiendo y se les dotó de un poder exagerado.

En el contexto médico una aguja hipodérmica es una aguja hueca, la cual se suele utilizar para inyectar sustancias en el cuerpo; también es usada para tomar muestras de sangre, líquidos y tejidos; pues en este modelo se cree que al igual que la aguja es un conducto para inyectar una sustancia en el torrente sanguíneo, el medio es una aguja hipodérmica capaz de inyectar un mensaje en la mente del espectador, sin importar cuál fuera el mensaje causaría un cambio en la mente.

> Cada persona era un miembro equivalente de un público masivo que respondía en formas similares ante estímulos similares de los medios. Prevalecía el concepto de que los públicos de los medios masivos se podían comparar con “multitudes”, a las cuales, cualquier

> orador convincente, podía impulsar hacia una acción común. El flujo de esta comunicación seguía un curso directo de los medios al individuo. El impacto en la mente era inmediato y no estaba sujeto al control consciente de la persona. Se concebía literalmente que los mensajes se "inyectaban" en la mente, donde se "almacenaban" en forma de cambios en sentimientos y actitudes (Kraus S. & Davis D. 1991: 110-111).

Pareció verse confirmada con el ascenso de Hitler al poder, quien a través de sus discursos se decía enajenaba a las personas. Es sumamente conocido el enorme demagogo que era Adolf Hitler y su capacidad de convencimiento y manipulación de masas se le atribuyó, en parte, a los medios y a la propaganda que se ideó en la Alemania nazi[30]. "En el régimen hitleriano y en su actividad previa al poder, la propaganda no es solo un aspecto fundamental sino que en realidad lo es todo." (Pizarroso, 1993: 331)

Un segundo modelo sobre medios de comunicación y sus consecuencias en el pensamiento político fue el modelo de "influencia social" realizado por Lazarsfeld, Berelson y Gaudet. Descubrieron dos aspectos relevantes. El primero es la importancia de los líderes de opinión, y el segundo es que las personas se exponen de manera selectiva a los mensajes.

> Los grupos tienen líderes de opinión quienes transmiten información de medios masivos a las personas que recurren a los medios, estos líderes influyen en cualquier cambio de opinión que ocurra en sus seguidores; los mensajes de los medios no tienen un impacto directo. Segunda, las personas se exponen selectivamente a mensajes de la campaña, eligiendo escuchar o leer aquellos mensajes que sean más consistentes con sus convicciones, actitudes o valores existentes (Kraus S. & Davis D. 1991: 111).

[30] Para más información véase 87. Pizarroso, Alejandro (1993). *Historia de la Propaganda*. Madrid, España: Eudema.

Una teoría que está dentro del modelo de influencia social y que lo confirmó fue el modelo de flujo de “dos pasos,” creado por Lazarsfled, Merton y Katz, este modelo consideró que el entorno ejerce un papel muy importante en la recepción del mensaje; también se tomó en cuenta que el líder de opinión era quien guiaba la opinión.

> Se necesita a los líderes de opinión para lograr la transmisión efectiva de la información de los medios al público en general. Los medios deben alcanzar primero a los líderes de opinión, quienes subsecuentemente difundirán la información a sus seguidores (Kraus S. & Davis D. 1991: 113).

Las conclusiones más importantes que arroja esta teoría son:

> a) Se confirman escalas de efectividad desigual en los efectos de las campañas electorales sobre las distintas audiencias, determinados por variables sociológicas y no psicológicas.
>
> b) Se descubre la existencia de los líderes de opinión.
>
> c) La constatación de que los eventuales cambios en las opciones electorales de los votantes respondían más a la influencia de comunicaciones interpersonales (discusiones y conversaciones con amigos, etc.) que a comunicaciones masivas.
>
> d) La confirmación de que, dentro de estas redes de comunicación interpersonal, los líderes de opinión ejercían una influencia decisiva en los cambios de actitud de los votantes, operando como mediadores entre los mensajes masivos y los electores […] (Toral, 2011. Recuperado el 9 de febrero de 2015 dehttp://comunicacion2ucg.blogspot.mx/2011/04/la-teoria-de-los-dos-pasos.html)

Este modelo estaba mucho más completo que el anterior porque consideraba el entorno, es decir, que había factores como el sexo, la posición económica, etc. que influenciaban en la recepción del mensaje, sin embargo, tenía algunas fallas que fueron consideradas para el siguiente modelo.

Posteriormente se desarrolló el modelo de exposición selectiva, el cual se encuadra dentro del modelo de influencia social, en este modelo se la da mucho énfasis a las causas psicológicas que permiten el impacto de la información por parte del receptor. Postula que las personas tienden a buscar información de acuerdo a sus preferencias, creencias o actitudes, y que la información que se recibe solo sirve para confirmar dichas creencias o actitudes, e incluso si se recibe información contraria a lo que se cree, se adapta para poder reforzarlas.

> La exposición selectiva solo ocurre bajo ciertas condiciones: cuando la información se percibe como necesaria para apoyar una decisión importante (Mills, Aronson y Robinson, 1959), o cuando se percibe que la información puede reducir la disonancia cognoscitiva. (Kraus S. & Davis D. 1991: 115).

De acuerdo con la teoría de la exposición selectiva, si una persona se considera priísta y recibe información positiva sobre el PRI solo fortalecería sus creencias, en cambio si recibe información negativa acerca del PRI o sobre el buen trabajo de los diputados del PAN, dicha información sería modificada para reforzar lo que él cree.

Posteriormente se creó el modelo de difusión, sin embargo, este no anuló al modelo de influencia social, como hizo éste con el de la aguja hipodérmica. Ambos se han desarrollado de manera simultánea.

> Aun cuando ambos modelos han compartido durante largo tiempo muchas suposiciones teóricas y están basados en metodologías similares, el modelo de difusión tiene un principio central que entra en conflicto con el modelo de influencia social: bajo ciertas condiciones de acceso a los medios, para relaciones sociales particulares y para ciertos tipos de información, la transmisión de información por los medios tendrá un impacto directo en los individuos, y es posible que produzca cambios en su conocimiento, actitudes o acciones (Kraus S. & Davis D. 1991: 120).

Una teoría que goza de gran aceptación sobre cómo los medios influyen en la opinión pública es la teoría de la "Agenda Setting", parte del supuesto de que los medios influyen decidiendo qué se pasa y qué no. Surge a finales de los años 60. Está ligada a una metáfora que lanzó Cohen "La prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar" (Cohen, 1963: 13)"(Rodríguez 2004:15)

Lo que lanzó es que los medios no dicen qué se piensa, a diferencia del modelo de la aguja hipodérmica, sin embargo, sí dicen sobre lo que se va hablar, es decir, ellos deciden sobre qué sí se puede opinar y sobre qué no. Al contenido que el medio decide que sí se va a comunicar se le llama "agenda". Esta teoría establece una relación causal entre la importancia que los medios acuerdan a ciertos sujetos (issues) y la percepción que los lectores otorgan a estas mismas temáticas (Escudero 2008:142)

> Ya a principios de siglo, Walter Lippmann señala en su obra Public Opinion, en el capítulo "El mundo exterior y las imágenes que tenemos en nuestra cabeza" ("The World Outside and the Pictures in Our Heads" 1922, p.3-20), que los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes. Con esto se destaca que el mundo que nos rodea

> es demasiado grande como para poder acceder a la información de primera mano por medios propios. Por ello, los medios nos cuentan cómo es ese mundo o información al que no tenemos acceso con el riesgo de que nuestras mentes reproduzcan un mundo distinto al real, al que está "fuera del alcance, de la mirada de la mente" (Lippmann 1922, p. 29). En este sentido, hablar de agenda setting es hablar de las imágenes que se reproducen en nuestras cabezas o mundo interior. La idea principal, por tanto, se centra en observar que las imágenes destacadas en los medios también son destacadas por la audiencia. (Rodríguez 2004: 15)

Desde el punto de vista de la Teoría de la agenda-setting los medios no dicen qué se debe de pensar del sistema político, pero sí sobre qué aspectos se debe de opinar, de esta forma los medios ejercen el poder a través del control de la información.

Un modelo sobre la opinión pública muy reconocido es el modelo en cascadas que elaboró Karl Deutsch en 1974, en este modelo se plantea que la opinión pública es formada a través de diversos niveles consecutivos hasta llegar al ciudadano común, el cual está en el nivel más bajo. En cada nivel anterior se discutió y analizó antes de dejar correr la opinión a la ciudadanía, por lo cual la opinión pública está determinada por los niveles superiores.

> El autor propone una secuencia de momentos descendentes contenidos a intervalos por una serie de cinco contenedores. Los distintos momentos que caracterizan al modelo en "cascada" son los siguientes:
>
> 1. El primer contenedor se encuentra ubicado en lo más alto de la cúspide y es donde circulan las ideas de las élites sociales y económicas.
> 2. El siguiente momento es el que está integrado por las élites políticas y de gobierno.

3. El tercer nivel está constituido por las redes de comunicación y por los hacedores y difusores de los mensajes que circulan en esas redes.
4. El cuarto nivel lo proporcionan los líderes de opinión en el ámbito local, aquellos activistas que están verdaderamente interesados por la política y prestan atención a las informaciones de los medios de comunicación.
5. Por último, en el nivel más bajo, se encuentran los ciudadanos (el demos).

> Dentro de este modelo, tres consideraciones merecen ser particularmente destacadas por ser las que le confieren su carácter dinámico. En primer término, el papel de los líderes de opinión no se restringe a la actividad correspondiente al cuarto nivel del modelo, sino que además se desempeñan como intermediarios entre todos los otros niveles. En segunda instancia, los distintos niveles experimentan retroalimentación o feedback en el proceso de formación de la opinión pública y esto hace que, como sostiene Giovanni Sartori (1992:154), más allá de que este modelo sea de "cascada" o "caída descendente", incorpore la posibilidad del otro modelo, el del surgimiento del "bubble-up". En tercer lugar, en cada uno de los niveles existirán en el disenso y en las opiniones discordantes, manteniéndose relaciones horizontales en cada una de ellos entre influyentes e influidos o emisores y receptores. (García, et al. 1999: 4)

Un modelo relevante en la ciencia política es la "espiral del silencio", la idea fue desarrollada por E. Noelle-Neuman[31], el pensamiento central de este modelo versa sobre que no todas las opiniones pueden ser expresadas en público por miedo al rechazo; de tal forma que hay opiniones que sí pueden ser expresadas en público sin miedo y otras que pueden originar un castigo social (rechazo), por lo que si un ciudadano piensa distinto a las personas con las que convive no emitirá su opinión por temor.

[31] Noëlle-Neuman, Elisabeth (1998). *La espiral del silencio, una teoría de la opinión pública*. Barcelona, España: Gedisa.

> Espiral del silencio: Hipótesis desarrollada por E. Noelle-Neumann, según la cual a través de la articulación de la aprobación y la desaprobación en la Opinión pública puede surgir un clima en el cual una posición que supuesta o realmente es predominante se haga cada vez más fuerte debido a que los inferiores, o aquellos que se sienten como inferiores, se retiran del discurso político y comienzan a guardar silencio, lo cual a su vez fortalece a la otra parte y la estimula para que asuma una articulación ofensiva más amplia. (Dieter 2006: 508)

> En una situación de inestabilidad, el individuo es testigo de una lucha entre posiciones opuestas y debe tomar partido. Puede estar de acuerdo con el punto de vista dominante, lo cual refuerza su confianza en sí mismo y le permite expresarse sin reticencias y sin correr el riesgo de quedar aislado frente a los que sostienen puntos de vista diferentes. Por el contrario, puede advertir que sus convicciones pierden terreno; cuanto más suceda esto, menos seguro estará de sí y menos propenso estará a expresar sus opiniones […]. Los individuos perciben estas tendencias y adaptan sus convicciones en consecuencia. Uno de los dos campos presentes acrecienta su ventaja mientras el otro retrocede. La tendencia a expresarse en un caso, y a guardar silencio en el otro, engendra un proceso en espiral que en forma gradual va instalando una opinión dominante. (Noëlle-Neumann, 1995: S/P)

Ante la importancia que tiene la opinión pública se han elaborado distintos modelos y teorías provenientes de ciencias que van desde la comunicación, pasando por la psicología y la sociología hasta la ciencia política, para entender cómo se elabora y su impacto en la vida en sociedad, teorías como la de la Agenda Setting o las Cascadas de Karl Deutsch, pretenden explicar la formación de la opinión pública y el papel que tienen los medios masivos de comunicación.

2.6 Sociedad y medios

Si los medios establecen su agenda ¿Cómo la sociedad se comunica para hacerle saber lo que le interesa? Concretamente con la televisión. Se puede entender a partir de la teoría de los sistemas complejos de Luhmman, para él la sociedad es un sistema en el que existen subsistemas, y cada subsistema tiene un medio de comunicación específico y es el que a su vez lo conforma, además de que lo hace autopoiético, es decir, le da las herramientas necesarias para regenerarse así mismo.

Dentro de la sociedad está el subsistema de la política cuyo lenguaje específico es el poder, el de la economía es el del dinero, y el de los medios masivos de comunicación es el del espectáculo referente a la farándula, a lo deportivo, etc. Dentro de los medios hay subsistemas con sus respectivos lenguajes, el sistema binario de los noticieros es información/desinformación, a diferencia de la escuela donde su código es educación/ ignorancia, los noticieros solo informan a través de reportajes o notas, mientras que educar es brindar no solo información sino conocimientos y preparación.

¿Por qué la televisión tiene un código específico que difiere de los otros medios de comunicación masiva? Por el tipo de audiencia, el poder de la imagen y la facilidad para manejarla, a diferencia de otros medios en los cuales se debe contar con habilidades específicas como el saber leer y escribir, la televisión hace que incluso quien tiene problemas de retención, memoria o atención pueda entretenerse con ella. Si se considera a la televisión como un sistema en sí es más fácil de comprender. La televisión habla el lenguaje del espectáculo en: Deportes, noticias, talk shows, novelas, reallity shows, programas de citas, got talent y demás géneros televisivos, pero dentro de él, en sus subsistemas hay otros lenguajes; en el de las telenovelas el drama, etc.

La televisión forma parte del sistema de medios de comunicación y a la vez tiene subsistemas propios con sus lenguajes.

Los medios masivos de comunicación forman parte importante de la sociedad pero también de la ciencia política, porque son un espejo y componente del sistema político, son esenciales para la libertad y son creadores de la opinión pública, por lo cual no deben ser subestimados en los estudios de ciencia política. Su relevancia en la opinión pública ha sido tal que se han creado diversos modelos para explicar su impacto en la mente del ciudadano.

La televisión tiene un papel predominante porque es el medio más consumido, tiene la particularidad de que está subestimado a la imagen, lo que hace que siempre tenga algo que mostrar y que además lo que muestre se le considere con mayor facilidad como verídico porque “una imagen vale más que mil palabras”.

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN TRANSMITIDA POR TELEVISA Y TV AZTECA EN SUS NOTICIEROS ESTELARES

Analizar la información brindada por los noticieros estelares de cada empresa es relevante porque presenta la postura e ideología de la televisora, y por ende de los consumidores, ya que de acuerdo a la teoría de la exposición selectiva, la audiencia sintoniza aquellos programas con los cuales se siente identificado o está de acuerdo. En base a esto se escogió analizar a los dos noticieros más importantes de México, siendo en primer lugar *El Noticiero* con Joaquín López-Dóriga y *Hechos Noche* a cargo de Javier Alatorre; ambos líderes de opinión se encuentran en el primer y segundo lugar respectivamente en el gusto de la audiencia mexicana, lo cual es trascendental desde la teoría de los dos pasos, la cual considera al líder de opinión como un agente relevante en la formación de la opinión de los consumidores.

Se realizó un análisis de contenido, el cual es un conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos), que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas […] , a veces cualitativas […], tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido […] (Piñuel, 2002:2)

Se tomó como periodo de análisis el segundo trimestre del año 2014, correspondiente a los meses de abril, mayo y junio, como muestra los primeros tres días de cada mes, de tal forma que hay semanas que se analizan

los noticieros de manera seguida, y otros en los cuales se atraviesa el fin de semana como es el caso de mayo.

Para el análisis de la información fueron considerados 4 aspectos: La cantidad de noticias dadas, la noticia, la duración y si se emitió alguna opinión al respecto, no se consideró comentarios, solo opiniones donde se mostrara desacuerdo o aprobación sobre la nota. También se tomó en cuenta la cantidad de cortes que tiene cada noticiero, el número de comerciales que se transmiten y el giro que tienen, esto con la finalidad de conocer si hay alguna diferencia en el consumo de quienes sintonizan Televisa o TV Azteca.

Para facilitar la comprensión de la información el análisis se presenta en forma de tablas, en las cuales se muestran los 4 aspectos considerados; para medir el tiempo dedicado a cada noticia se tomó el tiempo total y no el del reportaje, esto por dos razones: la primera porque muchas notas, particularmente en el caso de Televisa, se brindan en menos de 30 segundos y no tienen reportaje, y segundo para poder apreciar de manera más clara a qué noticias se les da más tiempo, por lo cual se comenzó a cronometrar desde el momento en que el líder de opinión comienza a dar la nota.

Ambos noticieros cuentan secciones “especiales” en el caso de TV Azteca tiene una de economía (Nombres, Nombres), de negocios (Yo amo mi dinero), lugares (El Otro México), salud (El Pulso), tecnología (90 Segundos al Futuro) y opinión (Tiro al Blanco), las cuales se analizan de manera integrada, no obstante, en el caso de las secciones que son un resumen de la semana como lo son *Terapia Intensiva*, *las Mangas del Chaleco* y *Los Deshechos de la Semana* se consideran en una tabla aparte. Se presentan por orden alfabético, es por ello que Televisa siempre precede a TV Azteca en la presentación de las tablas

También se exhibe el resumen de noticias de cada día, puesto que muestra los eventos que son más importantes según el líder de opinión. El resumen se presenta de manera literal; en cambio, en las noticias se procuró mantener en la medida de lo posible las palabras del presentador, pero con la finalidad de hacerlo entendible sin transcribir 2 minutos de nota se tomó la idea-frase principal.

Al final de cada día hay una tabla comparativa de ambos noticieros, en la cual se muestra el número de noticias que brindó Javier Alatorre y Joaquín López-Dóriga, agregando la cantidad de noticias políticas. Se consideró como noticias políticas aquellas que versaron sobre actores políticos e instituciones, tanto nacionales como internacionales.

Abril

El noticiero con Joaquín López-Dóriga Martes 1 de abril de 2014

Líder de Opinión: Joaquín López-Dóriga

Cuadro 1. Análisis de *El Noticiero* con Joaquín López-Dóriga del 1 de abril de 2014

Noticias dadas	21 noticias
Cortes comerciales	2
Comerciales	12
Tiempo de duración de comerciales	4 minutos, 10 segundos
Duración del noticiero	45 minutos

Resumen de noticias **Duración:** 25 segundos	
1	Confirman la muerte del jefe templario Enrique Plancarte
2	Este fue su último escondite
3	La marina resguarda desde hoy 19 zonas portarías
4	Exhiben a 40 000 aviadores de la SEP
5	4 años y medio de cárcel a violentos en el estadio
6	Terremoto y tsunami en el Norte de Chile.

Noticias

No. de Noticia	Noticia	Duración	Opiniones
1	Ayer en Querétaro elementos de la marina mataron a Enrique Plancarte.	1 minuto 25 segundos	
2	Operativo: Muerte de Enrique Plancarte.	2 minutos 23 segundos	
3	Pruebas de la PGR para identificar a Enrique Plancarte.	2 minutos 26 segundos	
4	Detención de uno de los líderes del cartel del Golfo.	57 segundos	
5	La Secretaría de Marina asume el control de 18 zonas puertarias.	29 segundos	
6	Desaparecen todas las aduanas en la zona Norte.	41 segundos	
7	40 000 maestros fantasmas.	2 minutos 21 segundos	
8	Hechos violentos en Venezuela.	53 segundos	
9	El grupo ruso Gazprom le aumenta al gas el 40% en Ucrania.	27 segundos	
10	El gobierno de Malasia reveló la comunicación con el avión.	51 segundos	
11	Saldo de personas muertas durante accidentes aéreos durante 2013.	31 segundos	
12	25 años de prisión al joven que disparó a la casa blanca en 2011.	25 segundos	
13	Mañana: Día mundial de concientización del Autismo.	1 minuto 49 segundos	
14	Reportaje especial sobre el autismo.	2 minutos 36 segundos	
15	Terremoto en Chile.	49 segundos	
16	El presidente Enrique Peña Nieto visita a San José del Rincón.	3 minutos 9 segundos	
17	El presidente Enrique Peña Nieto irá a Honduras y al Foro Económico Mundial para América Latina.	7 segundos	
18	La Secretaria de Hacienda envió al Senado sus proyecciones para el 2015.	2 minutos 43 segundos	
19	El Coordinador de los Senadores del PRD Miguel Barbosa se presentó a trabajar con su prótesis.	1 minuto, 20 segundos	
20	Ley de violencia en los Estadios.	1 minuto 59 segundos	
21	La violencia ocurrida en un estadio de Gran Bretaña en 1989.	1 minuto	
22	Volcó un tráiler en el periférico.	38 segundos	
23	El Jefe de Gobierno del DF.	30 segundos	

	Miguel Ángel Mancera, anunció que durante abril su gobierno celebrará el mes por la infancia en la ciudad de México.		
24	En Cuernavaca 5 mil personas se manifestaron contra la inseguridad. Exigieron la renuncia del Gobernador Draco Ramírez.	15 segundos	
25	En Cuernavaca el Coordinador Nacional anti secuestros, Renato Sales inauguró la unidad especializada contra el secuestro en Morelos.	32 segundos	
26	El gobierno de Colima rindió homenaje al ex presidente Miguel de la Madrid.	26 segundos	
27	*Las Horas Contigo* de la cineasta Catalina Aguilar Mastreta ganó el premio del Festival Internacional de Cine de Guadalajara.	1 minuto 11 segundos	
28	En Veracruz fue atacado el alcalde priísta de Texistepec Enrique Antonio Paul.	20 segundos	
Anuncio de Punto de Partida			

Hechos Noche **Martes 1 de abril de 2014**

Líder de Opinión: Javier Alatorre

Cuadro 2. Análisis de *Hechos Noche* con Javier Alatorre del 1 de abril de 2014

Noticias dadas	25
Cortes comerciales	2
Comerciales	16
Tiempo de duración de los comerciales	5 minutos
Duración del Noticiero	48 minutos

Resumen de noticias **Duración:** 1 minuto 15 segundos	
1	Cae el líder de los templarios.
2	El último escondite de Plancarte.
3	Empresarios descartan la salida de inversiones del Estado de México y Michoacán.
4	Explosión por ordeña de ductos en Guanajuato.
5	Mazahuas dan el bastón de Enrique Peña Nieto.
6	Exigen que paguen por los 180 millones de pesos faltantes en el metro.
7	Espectaculares una invasión de peligro.
8	Suben las remesas.
9	Opositora al chavismo le retiran licencia parlamentaria.

Noticias			
Inicio con el video de un accidente vial ocasionado por la imprudencia de un automóvil de lujo. Duración: 32 segundos			
No. de noticia	**Noticia**	**Duración**	**Opiniones**
1	Terremoto en Chile.	4 minutos 18 segundos	
2	Rescate de un hombre en el pacífico.	2 minutos 50 segundos	
3	Confirman la identidad de Enrique Plancarte.	2 minutos 15 segundos	
4	Escondite/ caso de Enrique Plancarte.	2 minutos 8 segundos	
5	Detención de uno de los líderes del Golfo.	27 segundos	
6	Combaten la delincuencia en el Estado de México.	55 segundos	
7	La confederación de cámaras industriales.	20 segundos	
8	Sentencia para el secuestrador de Fernando Martí.	2 minutos 39 segundos	Hay contradicciones con la investigación
9	Incendio en el poliducto de PEMEX.	29 segundos	
10	Cada año se pierden casi 10 000 millones de pesos por tomas clandestinas.	1 minuto	
11	Ley anti violencia en los estadios.	20 segundos	
12	Los problemas en el metro del D.F.	2 minutos 39 segundos	
13	Comunicado del Distrito Federal sobre el metro y la Secretaría de la Función Pública.	30 segundos	
14	Análisis del Colegio de México sobre el comportamiento cívico.	2 minutos 32 segundos	Un reciente análisis confirmo el abismo, el verdadero abismo que existe entre los ciudadanos y los políticos. Faltaría también saber por qué o qué es lo que ha generado esa desconfianza del ciudadano hacia los políticos, o hacia diferentes instituciones como los propios partidos políticos.

15	Consejeros del INE	47 segundos	Se acuerda del IFE que tanto dinero nos cuesta, pues ahora le van a cambiar una letra y se llamará INE el Instituto Nacional de Elecciones [Electoral]. Es otro gasto enorme para cambiar todo: fachadas, papelerías, credenciales, en fin. En la Cámara de Diputados las bancadas del PRI, PAN y PRD se perfilan en un acuerdo para que los actuales consejeros del IFE sean los nuevos consejeros del INE, así afirman los tres partidos políticos se garantizaría una transición suave, así dicen ellos una transición suave para el nuevo organismo electoral, que bueno ya se lo van a repartir seguramente los partidos políticos, los ciudadanos, usted y yo quedaremos definitivamente fuera.
16	Retiraron un espectacular.	2 minutos 37 segundos	
17	Yo amo mi dinero (sección) A cargo de: Ana María Lomelí. Tema: El caso de una clínica dental spa.	3 minutos 35 segundos	
18	Visita del Presidente Enrique Peña Nieto a San José del Rincón al Norte del Estado de México.	2 minutos 45 segundos	
19	El Presidente Enrique Peña Nieto designó a Luis Ibarra Cortés como Director de la Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural y Pesquero.	1 minuto	
20	Prevén crecimiento económico de 4.7% para 2015.	27 segundos	

21	El Banco de México: Incrementaron las remesas.	26 segundos	
22	Precio del limón/producción del limón persa en Veracruz.	2 minutos 18 segundos	
23	En Venezuela la diputada opositora María Corina Machado perdió su escaño.	35 segundos	
24	El misterio del avión desaparecido.	38 segundos	
25	Tiro al Blanco (sección) A cargo de: Erick Guerrero Rosas Tema: Las leyes contra la violencia en los Estados.	1 minuto 57 segundos	

Cuadro 3. Comparación de noticieros estelares de Televisa y TV Azteca del día 1 de abril de 2014

Comparación de Noticieros del 1 de abril de 2014		
	Televisa	**TV Azteca**
Noticias dadas	28 noticias	25 noticias
Cortes comerciales	2	2
Comerciales	12	16
Duración de comerciales	4 minutos 20 segundos	5 minutos
Duración del noticiero	45 minutos	48 minutos
Noticias Políticas	15	14
Opiniones emitidas por el líder de opinión	0	2
Sección especial	0	2 Yo amo mi dinero y tiro al blanco

El noticiero con Joaquín López-Dóriga Miércoles 2 de abril de 2014

Líder de Opinión: Joaquín López-Dóriga

Cuadro 4. Análisis de *El Noticiero* con Joaquín López-Dóriga del 2 de abril de 2014

Noticias dadas	29
Cortes comerciales	2
Comerciales	21
Tiempo de duración de los comerciales	5
Duración del noticiero	48 minutos

Resumen de noticias **Duración:** 45 segundos	
1	Investigan documentos de Plancarte.
2	Estados Unidos no ha pedido la extradición del Chapo Guzmán.

3	Otro narco túnel en la frontera Norte.
4	Frenan la ejecución de un mexicano en Texas por el uso de químicos para matarlo.
5	Peña Nieto reitera en Honduras el respeto a migrantes.
6	El PAN regresa a la mesa energética.
7	Este mes la reforma política, energética y de telecomunicaciones dice Gamboa.
8	Y la del DF también.
9	El consorcio certificador que aprobó la línea 12 se lava las manos.
10	Un caso de autismo cada 160 nacimientos.

Noticias			
No. De noticia	**Noticia**	**Duración**	**Opiniones**
1	Enrique Plancarte, los días previos a su captura y cómo fue su operativo.	2 minutos 15 segundos	
2	El Gobierno Federal confirma la captura del jefe del Cartel del Golfo.	1 minuto 13 segundos	
3	En Washington funcionarios reiteraron su felicitación al presidente Enrique Peña Nieto por la captura del Chapo Guzmán.	1 minuto 9 segundos	
4	En Nogales soldados encuentran otro narco túnel.	30 segundos	
5	Un juez federal en Houston Texas pospuso 2 ejecuciones, sin embargo, la del mexicano sigue programada.	1 minuto 9 segundos	
6	Caso de brutalidad de la policía de Albuquerque.	1 minuto 15 segundos	
7	Se le negó la renovación del contrato de mantenimiento al consorcio constructor ALSTOM-ICA-CARSO.	2 minutos 22 segundos	
8	El consorcio extranjero que certificó la línea 12 compadeció ante la comisión especial.	3 minutos 4 segundos	Y que como todos y cada uno de los involucrados aseguró que a él no le correspondía revisar la compatibilidad de los trenes y las vías.
9	Día mundial del autismo.	3 minutos 5 segundos	
10	Monumentos que se iluminaron de azul debido al día mundial del autismo.	1 minuto 21 segundos	
11	Replica de temblor en Chile.	46 segundos	
12	En el Estado de Washington sigue la tragedia por el deslave.	42 segundos	
13	En Texas se registró otro tiroteo	31 segundos	

	en una base militar.		
14	Historia de éxito de 2 mexicanos (chefs) que hicieron el sueño americano.	2 minutos 25 segundos	
15	Incendio de una Favela en San Paolo.	23 segundos	
16	El presidente Enrique Peña Nieto visita Honduras.	4 minutos 30 segundos	
17	Se designó a la senadora Lisbeth Hernández Lecona, como Presidenta de la Comisión Especial de Oceanografía.	27 segundos	
18	El coordinador panista anunció que una vez instalada la Comisión de Oceanografía el PAN regresará a la mesa de negociaciones de la reforma energética.	27 segundos	
19	Emilio Gamboa dice que en esta semana podrían llegar al senado las leyes secundarias de la reforma energética.	1 minuto 19 segundos	
20	La Dirigencia Nacional del PRI separó de su cargo a Cuauhtémoc Gutiérrez de la Torre.	57 segundos	
21	El Jefe de Gobierno del DF Miguel Ángel Mancera anunció que se va a reforzar la seguridad.	32 segundos	
22	Mañana se dará una conferencia en el senado, por parte de la fundación Conciencia y Dignidad, sobre la situación del Polyforum Cultural Siqueiros.	43 segundos	
23	Hoy por primera vez en más de una década se registró un mes sin una baja en el ejército estadounidense.	39 segundos	
24	Ataque de los rebeldes contra el gobierno sirio.	45 segundos	
25	En Egipto hubo un triple atentado en la Universidad del Cairo.	41 segundos	
26	9 años de la muerte de Juan Pablo II.	1 minuto 46 segundos	
27	Las finanzas	51 segundos	
28	Militantes de la coordinadora hicieron un plantón en Arcos de Belém.	40 segundos	
29	En la opinión de Javier Aranda Tema: Centenario de Octavio Paz.	1 minuto 22 segundos	

Hechos Noche **Miércoles 2 de abril de 2014**

Líder de opinión: Javier Alatorre

Cuadro 5. Análisis de *Hechos Noche* con Javier Alatorre del 2 de abril de 2014

Noticias dadas	18
Cortes comerciales	2
Comerciales	15
Tiempo de duración de los comerciales	5 minutos 10 segundos
Duración del noticiero	48 minutos

Resumen de noticias **Duración:** 1 minuto 6 segundos	
1	Escándalo en el PRI del DF. Quitan del cargo al líder local de ese partido por un caso sexual.
2	Confirma gobernación la captura en Tamaulipas del líder del cartel del Golfo.
3	Hay nuevas anomalías en la línea 12 del metro. La certificadora incumplió su tarea, ya había fallas antes de la inauguración.
4	México y Honduras acordaron proteger a migrantes.
5	Los espectaculares una colección de violaciones a la ley.
6	Un nuevo sismo se registró esta noche en Chile. Esta vez fue 7.8 grados Richter.
7	Mueren 4 personas por un tiroteo en una base militar de Estados Unidos.
8	Se cumplen 9 años de la muerte de Juan Pablo II.

Noticias			
Inicio con video de personas mostrando su talento Duración: 53 segundos.			
No. de Noticia	**Noticia**	**Duración**	**Opiniones**
1	El caso de Lucero (Joven de Guanajuato a quien intentaron violar).	3 minutos 16 segundos	
2	Certificadora de la línea 12 compadece ante la Cámara de Diputados.	3 minutos 23 segundos	En el metro las fallas a la vista. Nadie se hace responsable, ni si quiera la empresa contratada para certificar la obra. Se sigue acumulando los errores, las omisiones, la cantidad de dinero del ciudadano gastada.
3	El Presidente Enrique Peña Nieto está de gira por América Central.	2 minutos 46 segundos	

4	Seguimiento al terremoto en Chile.	2 minutos 59 segundos	
5	Medio millón de personas sin agua en Veracruz por los maestros que tomaron la presa.	27 segundos	
6	Cae espectacular de edificio de tres metros. Violan la ley.	4 minutos 16 segundos	
7	Accidente en el Periférico Sur.	39 segundos	
8	Operativo en el Periférico Sur por supuesto robo de coche.	1 minuto 52 segundos	
9	Operativo Hermético en Guadalajara.	20 segundos	
10	Policías de vanguardia en Veracruz.	1 minuto 31 segundos	
11	En Houston, Estados Unidos, un coche intentó ganarle el paso al tren.	30 segundos	
12	Tiroteo en el fuerte Hood.	29 segundos	
13	Reportaje sobre el limón persa.	1 minuto 40 segundos	
14	El Pulso A cargo de: Mariano Rivas. Tema: La epilepsia.	4 minutos	
15	Nombres Nombres A cargo de: Alberto Aguilar Tema: México un país sopero.	3 minutos	
16	Escándalo en el PRI.	3 minutos 11 segundos	
17	Semblanza del líder del PRI.	3 minutos 2 segundos	Ya le estaremos informando de este caso que abona en esa imagen que tienen, tenemos, los ciudadanos de los políticos
18	Empate México- Arizona.	19 segundos	
19	Donadores de sangre (solicita).	24 segundos	

Cuadro 6. Comparación de los noticieros estelares de Televisa y TV Azteca del 2 de abril de 2014.

Comparación de Noticieros del 2 de abril de 2014		
	Televisa	**TV Azteca**
Noticias dadas	29	18
Cortes comerciales	2	2
Comerciales	21	15
Duración de comerciales	5 minutos	5 minutos 10 segundos
Duración del noticiero	48 minutos	48 minutos
Noticias Políticas	17	9

Opiniones emitidas por el líder de opinión	1	3
Sección especial	2 Finanzas y en la opinión de Javier Aranda.	2 El pulso y Nombres, nombres

El Noticiero con Joaquín López-Dóriga Jueves 3 de abril de 2014

Líder de Opinión: Joaquín López-Dóriga

Cuadro 7. Análisis de *El Noticiero* con Joaquín López-Dóriga del 3 de abril de 2014

Noticias dadas	29
Cortes comerciales	2
Comerciales	21
Tiempo de duración de los comerciales	8 minutos 20 segundos
Duración del noticiero	46 minutos 30 segundos

Resumen de noticias **Duración:** 49 segundos.	
1	Gabriel García Márquez se recupera en el Instituto Nacional de Nutrición.
2	Designan a los 11 consejeros electorales.
3	El consejo del INE lo presidirá Lorenzo Córdova.
4	Beltrones dice que el reto es formar nuevas instituciones.
5	El gobierno está cumpliendo su parte en Michoacán, dice gobernación.
6	Hacienda llama a los bancos a mejorar controles.
7	El Senado en defensa del Polyforum.
8	El presidente Peña Nieto firma el TLC con Panamá.
9	Rescatan a la hermana de Granier de sus secuestradores.
10	Escándalo de prostitución y trata de personas en el PRI del DF.
11	La Corte de Estados Unidos se niega a suspender la ejecución de un mexicano.

Noticias			
No. De noticia	**Noticia**	**Duración**	**Opiniones**
1	Aniversario del noticiero. Cumple 14 años.	2 minutos 33 segundos	
2	Gabriel García Márquez hospitalizado.	2 minutos 7 segundos	
3	Más detalles del operativo Plancarte.	3 minutos 9 segundos	
4	Miguel Ángel Osorio Chong declaró que ha habido avances buenos y rápidos para recuperar la	1 minuto 55 segundos	

	seguridad en Michoacán.		
5	El Comisionado Nacional de Seguridad Monte Alejandro Rubido, informó que en 2 operativos de la policía federal fueron detenidos 9 secuestradores y liberadas 3 víctimas. Una de ellas la hermana del ex gobernador de Tabasco.	1 minuto 19 segundos	
6	La Corte de Justicia de Estados Unidos rehusó posponer la ejecución del mexicano.	40 segundos	
7	Soldados del ejército mexicano y jóvenes representaron la toma de Torreón.	53 segundos	
8	En Caracas miles de estudiantes se manifestaron contra el presidente Maduro.	20 segundos	
9	En España miles de personas marcharon para protestar por las medidas de austeridad impuestas por la Unión Europea.	22 segundos	
10	El boeing 777 con 239 personas abordo cumple 27 días de desaparecido.	25 segundos	
11	Se han registrado más de 260 réplicas del terremoto en Chile.	20 segundos	
12	Han aumentado los diagnósticos del espectro autista (Investigación especial de noticieros Televisa).	2 minutos 5 segundos	
13	En Houston una camioneta fue embestida por un tren de pasajeros.	28 segundos	
14	El presidente Enrique Peña Nieto en Panamá.	2 minutos 8 segundos	
15	En Acapulco el Secretario de Hacienda Luis Videgaray inauguró la convención bancaria.	1 minuto 18 segundos	
16	El gobernador del Banco de México Agustín Carstens aseguró que hay una tendencia para que la economía crezca.	50 segundos	
17	El índice de confianza del consumidor en México subió 4.72% con respecto a febrero.	27 segundos	
18	El Gobierno Federal y el Sector Empresarial alcanzaron un plan para combatir la ilegalidad.	1 minuto 2 segundos	
19	La cámara de diputados aprobó el nombramiento de 11 consejeros electorales del INE.	3 minutos 27 segundos	
20	El senado aprobó el calendario	24 segundos	

	para discutir y aprobar las leyes secundarias de la reforma político-electoral.		
21	En el senado comisiones aprobaron duplicar la pena a secuestradores.	18 segundos	
22	En el senado se pidió que el Polyforum Siqueiros sea declarado por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad.	1 minuto 50 segundos	
23	El Secretario del Trabajo, Alfonso Navarrete se reunió en Washington con el Secretario del Trabajo Thomas Pérez para firmar la declaración ministerial conjunta, para que los trabajadores migrantes mexicanos sean informados de sus derechos laborales bajo las leyes estadounidenses.	30 segundos	
24	Llegó a México la subsecretaria adjunta para asuntos del hemisferio occidental de Estados Unidos Roberta Jacobson.	28 segundos	
25	Asambleístas del PRD presentaron una denuncia en la Procuraduría de Justicia del D.F contra Cuauhtémoc Gutiérrez.	2 minutos 27 segundos	
26	María De los Ángeles Moreno, la Coordinadora del PRI en la Asamblea Legislativa del D.F pide que no se generalice [Refiriéndose al caso de Cuauhtémoc Gutiérrez]	47 segundos	
27	En el Vaticano el Papa recibió a la reina Isabel de Inglaterra, quien encabeza la iglesia anglicana.	35 segundos	
Anuncio de Punto de Partida			

Hechos Noche **Jueves 3 de abril de 2014**

Líder de opinión: Javier Alatorre

Cuadro 8. Análisis de Hechos Noche con Javier Alatorre del 3 de abril de 2014

Noticias dadas	20
Cortes comerciales	2
Comerciales	18
Tiempo de duración de los comerciales	6 minutos 5 segundos
Duración del noticiero	52 minutos

Resumen de noticias **Duración:** 1 minuto 20 segundos.	
1	Gabriel García Márquez hospitalizado desde hace 3 días por una infección pulmonar.
2	México y Panamá firmaron un tratado de libre comercio luego de 14 años de negociaciones.
3	Hacienda asegura que 2014 y 2015 serán los años de la recuperación económica.
4	Listo los 11 consejeros del nuevo INE.
5	Confirman la liberación de la hermana del ex gobernador de Tabasco.
6	El viento derriba más espectaculares.
7	Todo un éxito el debut de la orquesta sinfónica Esperanza Azteca en Chiapas.
8	Así trabaja la unidad de búsqueda y rescate de la Armada.

Noticias			
No. De Noticia	**Noticia**	**Duración**	**Comentarios relevantes**
1	Hospitalización de Gabriel García Márquez.	2 minutos 22 segundos	
2	Se duda que uno de los detenidos por golpear a un uniformado sea el culpable.	2 minutos 40 segundos	Uno de los vándalos de los disturbios del estadio Jalisco podría estar libre por una equivocación.
3	2 de los 12 consignados por la violencia en el estadio Jalisco quedaron libres bajo fianza.	29 segundos	
4	Reducen carriles del periférico.	2 minutos 16 segundos	Otra vez sin explicación
5	Enfrentamientos y bloqueos en Michoacán, en los límites de Michoacán y Jalisco, en Jiquilpan.	57 segundos	
6	En Chihuahua 2 anuncios espectaculares se cayeron.	1 minuto 44 segundos	
7	Escándalo Sexual en el PRI.	2 minutos 35 segundos	
8	Caso de Rubén Escamilla en 2012.	2 minutos 31 segundos	Priístas, perredistas, el hecho es que está situación abona, desde luego, en el mar, en el abismo que hay entre los ciudadanos y la clase política en nuestro país.
9	Se nombró a Lizbeth Hernández como la Presidenta de la Comisión Especial en el caso Oceanografía.	26 segundos	
10	Los diputados definieron a los	2 minutos 33	

	consejeros del Instituto Nacional Electoral.	segundos	
11	Unidad de Búsqueda y Rescate de la Armada de México.	11 minutos 6 segundos	
12	Debut de Esperanza Azteca en San Cristóbal de las Casas.	2 minutos 42 segundos	
13	México y Panamá fortalecieron sus relaciones comerciales.	2 minutos 3 segundos	
14	Luis Videgaray inauguró la convención bancaria/ declara que 2014 y 2015 serán los años de la recuperación económica.	46 segundos	
15	En Washington se realizó un trabajo entre México y Estados Unidos para informarle a los migrantes de sus derechos.	2 minutos 28 segundos	
16	El incremento en el precio del limón/ producción del limón persa en Veracruz.	2 minutos 23 segundos	
17	Fueron detenidos 2 bandas de secuestradores y liberadas 3 personas. Una de ellas la hermana del ex gobernador de Tabasco.	54 segundos	
18	Operativo en el aeropuerto internacional de Monterrey.	18 segundos	
19	La policía de Querétaro busca a una conductora "*La Chilanga*" por atropellar a un policía.	33 segundos	
20	Hace 90 años nació Marlon Brando.	1 minuto 53 segundos	

Cuadro 9. Comparación de los noticieros estelares de Televisa y TV Azteca del 3 de abril de 2014

Comparación de Noticieros del 3 de abril de 2014		
	Televisa	**TV Azteca**
Noticias dadas	29	20
Cortes comerciales	2	2
Comerciales	21	18
Duración de comerciales	8 minutos 20 segundos	6 minutos 5 segundos
Duración del noticiero	46 minutos 30 segundos	52 minutos
Noticias Políticas	17	15
Opiniones emitidas por el líder de opinión	0	3
Sección especial	0	0

Mayo

El noticiero con Joaquín López-Dóriga Jueves 1 de mayo de 2014

Líder de Opinión: Joaquín López-Dóriga

Cuadro 10. Análisis de *El Noticiero* con Joaquín López-Dóriga del 1 de mayo de 2014

Noticias dadas	24
Cortes comerciales	2
Comerciales	16
Tiempo de duración de los comerciales	6 minutos 10 segundos
Duración del noticiero	45 minutos 30 segundos

Resumen de noticias **Duración:** 34 segundos.	
1	7 muertos por el deslave en Puebla.
2	Pronostican lluvias torrenciales de Veracruz hasta Yucatán.
3	El presidente confía en que el Congreso aprobará las leyes secundarias.
4	Marchas por el día del trabajo.
5	Burócratas agreden al gobernador de Michoacán.
6	La conexión China con los Caballeros Templarios.
7	Pérdidas por 500 millones de pesos por la línea 12.
8	La Volpe rechaza acusaciones y contraataca.

Noticias			
No. De noticia	**Noticia**	**Duración**	**Opiniones**
1	Deslave en Huehuetlán el Grande en Puebla.	3 minutos 40 segundos	
2	Pronostican Lluvias.	24 segundos	
3	Conmemoración del día mundial del trabajo en los pinos/ mensaje del Presidente.	2 minutos 56 segundos	
4	Las marchas para conmemorar el día del trabajo.	1 minuto 52 segundos	
5	El Jefe de Gobierno del DF Miguel Ángel Mancera, convocó abrir un debate nacional sobre el salario mínimo.	42 segundos	
6	Conmemoración del día del trabajo en el país.	1 minuto 6 segundos	
7	En Morelia el Gobernador de Michoacán fue agredido por	1 minuto 39 segundos	

	burócratas en paro.		
8	El día del trabajo en el mundo.	2 minutos 13 segundos	
9	En Washington la policía detuvo a 12 migrantes y activistas durante una manifestación en pos de una reforma migratoria.	32 segundos	
10	Estreno en México de la película César Chávez de Diego Luna.	3 minutos 26 segundos	
Aclaración de Joaquín López-Dóriga Bueno obviamente Ankará es la capital de Turquía y no Estambul.			
11	La costa de Estados Unidos es castigada por fuertes lluvias e inundaciones. Socavón se lleva varios vehículos.	46 segundos	
12	El aseguramiento de un barco chino con más de 60 000 toneladas de minerales de hierro.	2 minutos 46 segundos	
13	En Apatzingán el Comisionado para la Seguridad y el Desarrollo Alfredo Castillo se reunió con los dirigentes de grupos de autodefensas para levantar el registro de armas.	2 minutos 7 segundos	Bueno ahí están los 55 muertos de los que todavía no hay un solo detenido.
14	Túnel en la prisión de Cieneguillas en Zacatecas.	2 minutos 11 segundos	Con el cual se planeaba una gran fuga, bueno otra ¿por qué otra? Porque la anterior en 2009 se evadieron 153 reos, solo que estos salieron por la puerta central.
15	El día 12 se cumplen 2 meses de la suspensión de 11 estaciones de la línea 12 del metro.	3 minutos 20 segundos	Y mientras tanto se van a cumplir 2 meses, le decía el próximo día 12, y hay casi medio millón de personas afectados al día, casi 500 000 personas afectadas al día, y no hay, hasta esta noche, un solo responsable.
16	Ayer el dueño del equipo de futbol de Guadalajara, Jorge Vergara dio una conferencia de prensa	3 minutos 32 segundos	

	en la que anunció el cese de Ricardo La Volpe por una conducta inapropiada.		
17	Estados Unidos ha emitido una alerta de contaminación para el río Bravo.	40 segundos	
18	El alcalde de Toronto renunció tras la difusión de unos videos.	35 segundos	
19	Cumple 47 días de desaparecido el vuelo 777 de Malasia, sus familiares son obligados a regresar a su casa.	54 segundos	
20	En Florida se registró una explosión en una cárcel.	17 segundos	
21	En Tijuana elementos de la PGR decomisaron en una bodega con 25 tarimas con un aproximado de 25 toneladas de droga.	15 segundos	
22	En Tijuana elementos de la Agencia de Investigación criminal de la PGR aseguraron otra media tonelada de marihuana.	15 segundos	
23	En Galeana, Nuevo León decomisaron 5 millones y medio de cigarros de contrabando.	6 segundos	
Anuncio de punto de partida.			

Hechos Noche **Jueves 1 de mayo de 2014**

Líder de opinión: Javier Alatorre

Cuadro 11. Análisis de *Hechos Noche* con Javier Alatorre del 1 de mayo de 2014

Noticias dadas	16
Cortes comerciales	2
Comerciales	30 comerciales
Tiempo de duración de los comerciales	10 minutos 30 segundos

Duración del noticiero	46 minutos

Resumen de noticias **Duración:** 1 minuto 16 segundos.	
1	Tarde de vandalismo e impunidad en la Cd. de México. No hay detenidos.
2	Para la Comisión de Derechos Humanos del D.F no hubo incidentes o daños en la marcha del día del trabajo.
3	Burócratas reciben con rechiflas e insultos al Gobernador de Michoacán.
4	Mueren 7 personas en Puebla por una tromba y desgajamiento.
5	El presidente Enrique Peña Nieto demanda disciplina y esfuerzo para el despegue de México.
6	Estos son los contenedores con cocaína diluida.
7	Le rompen un libro a Mario Vargas Llosa en sus narices.
8	La Volpe se defiende de las acusaciones de acoso.

Noticias			
Inicia con un video acerca un músico tocando hasta que se forma una gran orquesta en la calle. Duración: 58 segundos.			
No. De Noticia	**Noticia**	**Duración**	**Comentarios relevantes**
1	El caso de La Volpe.	3 minutos 35 segundos	
2	Celebración del día del trabajo.	2 minutos 51 segundos	Es importante escuchar lo que tengan que decir las diferentes organizaciones obreras, los trabajadores, los sindicatos, las reivindicaciones, las denuncias, las quejas. Es muy importante lo que suceda. También es muy importante que se realicen las marchas. Lo que resulta inaceptable es el vandalismo.
3	La Comisión de Derechos Humanos del D.F dice que no se registraron incidentes.	54 segundos	
4	La Comisión de Derechos Humanos del D.F pidió que se indemnice a los anarquistas del 1 de diciembre.	43 segundos	Que se indemnice a los vándalos.
5	En Oaxaca un grupo de	32 segundos	

	anarquistas marcharon y se sumaron a la marcha que realizó el magisterio.		
6	El Gobernador de Michoacán fue agredido por integrantes del sindicato del gobierno.	56 segundos	
7	Deslave en Huehuetlán el Grande en Puebla.	3 minutos 57 segundos	
8	Situación de los migrantes centroamericanos al cruzar por México para llegar a la frontera.	2 minutos 21 segundos	
9	Un cargamento de droga fue decomisado en Yucatán. La droga estaba diluida y escondida en transformadores.	1 minuto 25 segundos	
10	El caso de los jóvenes que le aventaron harina a la vicepresidenta de Guatemala.	49 segundos	
11	En la Feria Internacional del Libro en Bogotá, Colombia, un asistente le rompió un libro a Mario Vargas Llosa.	1 minuto 18 segundos	¡Qué buena la reacción! Una reacción de vierte inteligente, desde luego. No como la que acabamos de ver, también esta persona que fue condenada a 5 años de cárcel por arrojar harina y manifestar su descontento.
12	El Alcalde de Toronto, dejo la ciudad para internarse en una clínica de rehabilitación contra las drogas y el alcohol.	2 minutos 15 segundos	
13	Yo amo mi dinero A cargo de: Ana María Lomelí Tema: 99 minutos [empresa que se dedica a hacer compras y entregas por internet]. Aniversario, cumple 5 años.	5 minutos 58 segundos	
14	El mensaje del Presidente con motivo del día del trabajo.	2 minutos 9 segundos	
15	La agencia FITCH confirmó la calificación BBB+ por la deuda soberana de México.	15 segundos	
16	Se apuesta por la educación y la inclusión. El caso de Paco, niño invidente que asiste a una escuela pública.	3 minutos 1 segundo	

Cuadro 12. Comparación de los noticieros estelares de Televisa y TV Azteca del 1 de mayo de 2014

Comparación de Noticieros del 1 de mayo de 2014		
	Televisa	**TV Azteca**
Noticias dadas	24	16
Cortes comerciales	2	2
Comerciales	16	30
Duración de comerciales	6 minutos 10 segundos	10 minutos 30 segundos
Duración del noticiero	45 minutos 10 segundos	46 minutos
Noticias Políticas	18	9
Opiniones emitidas por el líder de opinión	3	3
Sección especial	0	1 Yo amo mi dinero

El noticiero con Joaquín López-Dóriga Viernes 2 de mayo de 2014

Líder de Opinión: Joaquín López-Dóriga

Cuadro 13. Análisis de *El Noticiero* con Joaquín López-Dóriga del 2 de mayo de 2014

Noticias dadas	32
Cortes comerciales	2
Comerciales	20
Tiempo de duración de los comerciales	7 minutos 10 segundos
Duración del noticiero	48 minutos 50 segundos

Resumen de noticias **Duración**: 42 segundos	
1	La obesidad causa cáncer.
2	40 toneladas de marihuana aseguradas en Tijuana.
	Un juez tardo 4 días en dar la orden de cateo.
3	En Morelos: Homicidio, secuestro y extorciones.
4	Llevan 15 días en paro los policías de Acapulco.
5	Encuentro del Presidente con los obispos.
6	Operan a Gustavo Madero.
7	Remesas, su mejor nivel en 30 meses.
8	Documentan incumplimiento del consorcio constructor de la línea 12.
9	Noche de viernes, es noche de mangas, le tengo las mangas del chaleco, las frases de la semana.

Noticias			
No. De	**Noticia**	**Duración**	**Opiniones**

noticia			
1	Aseguramiento de 40 toneladas de marihuana.	2 minutos 45 segundos	Y le doy este dato. Un juez tardo 4 días en autorizar la orden de cateo de esta narco bodega, 4 días tardó.
2	Aseguramiento de marihuana en San Luis Potosí.	26 segundos	
3	Aseguramiento de cocaína en Puerto Progreso en Yucatán. En un barco con bandera de Jamaica.	1 minuto 19 segundos	
4	La situación del carguero chino asegurado en Manzanillo, con más de 68 mil toneladas de minerales de hierro robados.	1 minuto 56 segundos	
5	En Jiquilpan, Michoacán elementos de la armada instalaron puntos de revisión. En los últimos días en Jiquilpan ha habido 7 muertos.	34 segundos	
6	En Miguel Alemán, Tamaulipas se registró un intenso tiroteo.	57 segundos	
7	En Cd. Victoria Tamaulipas el Gobernador Egido Torres Cantú designó al General Miguel Amado Jiménez como Coordinador Regional de Seguridad.	20 segundos	
8	El Secretario de la Defensa Nacional, el General Cienfuegos convocó a crear un frente común contra el crimen organizado en el marco de la conmemoración del rompimiento del sitio de Cuautla.	1 minuto 54 segundos	
9	El Jefe de Gobernación del D.F Miguel Ángel Mancera y el Gobernador del Estado de México Eruviel Ávila, acordaron reforzar operativos de seguridad en puntos estratégicos en ambas entidades.	43 segundos	
10	El Gobernador del Estado de México Eruviel Ávila anunció la creación del sistema de cámaras de vigilancia.	15 segundos	
11	Paro de los policías municipales en Acapulco cumple 15 días.	32 segundos	
12	La ONU acusó a Estados Unidos de tortura en las ejecuciones de sentenciados a muerte.	59 segundos	
13	Florida se convirtió en el 22º Estado de la Unión Americana en permitir el uso de la marihuana con fines medicinales y terapéuticos.	21 segundos	
14	Hoy fue el día más violento en	36 segundos	

	Ucrania desde que inicio conflicto con Rusia.		
15	En Afganistán una intensa tormenta provocó un deslave.	25 segundos	
16	El clima (solo de algunas playas).	22 segundos	
17	El Presidente Enrique Peña Nieto tuvo una reunión privada con todos los obispos/ Le plantaron sus inquietudes sobre las reformas estructurales.	2 minutos 16 segundos	
18	Las remesas repuntaron en marzo y alcanzaron su mejor nivel en 30 meses.	27 segundos	
19	A partir de mañana un nuevo aumento en las gasolinas y el diesel.	22 segundos	
20	La OMS informó que la obesidad está relacionada directamente con el cáncer.	2 minutos 39 segundos	
21	El candidato a la presidencia del PAN, Gustavo Madero fue operado de la espalda.	35 segundos	
22	El frente frio número 54 se extiende por la península de Yucatán.	37 segundos	
23	Por el mal tiempo se descarriló un tren que transportaba diesel en Tierra Blanca, Veracruz.	19 segundos	
24	En Nueva York se descarrilaron 6 de 8 vagones del metro de la zona de Queens.	15 segundos	
25	En Seúl, Corea del Sur chocaron dos trenes del metro.	21 segundos	
26	En la investigación de la línea 12 del metro se documentaron las fallas de mantenimiento, responsabilidad del consorcio constructor.	3 minutos 7 segundos	Y eso como le digo, sigue afectando al día a medio millón de personas que no tienen la culpa, medio millón de personas.
27	El gobierno de Venezuela denunció otro plan, otro orquestado por Estados Unidos para deponer al presidente Nicolás Maduro. En este plan vinculan al ex presidente de México Vicente Fox.	54 segundos	
28	Las mangas del chaleco.*	7 minutos 22 segundos	
29	Mañana es 3 de mayo, día de la Santa Cruz, el día de los trabajadores de la construcción.	2 minutos 43 segundos	
30	Muerte del tercer mascabrother, el actor Luis Ernesto Cano.	20 segundos	
31	Homenaje póstumo al escritor y	26 segundos	

	crítico Emmanuel Carballo.		
32	La opinión. A cargo de: Jean Meyer Tema: sobre los conflictos religiosos violentos en la República Centroafricana.	1 minuto 4 segundos	

Las mangas del chaleco **Duración:** 7 minutos 22 segundos **Patrocinador:** Tequila *Don Ramón*	
No. De tema	Tema
1	La página de la presidencia difundió el 30 de abril fotos de cuando eran niños de todos los colaboradores del presidente Enrique Peña Nieto.
2	El jefe de gobierno [Miguel Ángel Mancera] cayó en la inocencia de los niños.
4	El secretario está firme, ya que ni con el empujón que le dio está señora se cayó.
3	Fausto Vallejo marcha para el día del trabajo.
4	El subsecretario del trabajo Rafael Avante interrumpió una conferencia para contestarle a su jefe Alfonso Navarrete.
5	El oficial mayor del gobierno del Distrito Federal, Edgar Armando habla sobre el examen de transparencia de 6 horas que le aplicaron.
6	Cuauhtémoc Cárdenas y el apagón analógico.
7	El gobernador de Guerrero no podía .rendir su informe de gobierno por un apagón.
8	Joaquín López-Dóriga transmitía desde el Vaticano con Valentina Alazraki y se le va el sonido.
9	Agradecimiento al senador del PAN José Luis Preciado, invitó a la prensa a ver *las mangas del chaleco*.
10	Terminó la abstinencia de carne: Ricardo La Volpe fue acusado de acoso sexual contra la podóloga del equipo.
11	El alcalde de una Cd. de Holanda realizó una conducta inapropiada con la reina Máxima.

Hechos Noche **Viernes 2 de mayo de 2014**

Líder de opinión: Javier Alatorre

Cuadro 14. Análisis de *Hechos Noche* con Javier Alatorre del 2 de mayo de 2014

Noticias dadas	27
Cortes comerciales	2
Comerciales	25
Tiempo de duración de los comerciales	10 minutos
Duración del noticiero	47 minutos

Resumen de noticias **Duración**: 1 minuto 15 segundos.	
1	La reforma energética creará miles de empleos.
2	Los comercios afectados por el vandalismo, deberán pagar todos sus daños.
3	Consignados los que quemaron una bandera en Oaxaca.
4	El gobierno de Michoacán presentó una demanda por la agresión contra Fausto Vallejo.
5	Los funerales por la tragedia del deslave en Puebla.
6	El Presidente Enrique Peña Nieto se reúne con la conferencia del episcopado mexicano.
7	Mueren cientos de personas en un deslave en Afganistán.
8	Crece la tensión en Ucrania, grupos pro Rusia derriban helicópteros.
9	No todos temen al mar de fondo, surfistas lo aprovechan al máximo.
10	Una denuncia penal contra La Volpe.

Noticias			
Inicia con un video de los Simpson en lego Duración: 1 minuto.			
No. De Noticia	**Noticia**	**Duración**	**Opiniones**
1	Caso La Volpe.	2 minutos 56 segundos	
2	1 de mayo, las huellas del vandalismo.	2 minutos 49 segundos	La Comisión de Derechos Humanos del D.F los encubrió. Atrás de los daños, hay afectados que las autoridades de la Comisión de Derechos Humanos del D.F dejaron en segundo lugar.
3	El Jefe de Gobierno del D.F Miguel Ángel Mancera, dijo que ya entró en contacto con los afectados por el vandalismo.	38 segundos	
4	En Michoacán el Gobernador Fausto Vallejo interpuso una denuncia por la agresión durante los actos del primero de mayo.	45 segundos	
5	En Oaxaca ingresaron a prisión las 5 personas que quemaron la bandera durante la marcha de primero de mayo.	1 minuto 15 segundos	
6	Un grupo de padres de familia en Veracruz, retuvo a los maestros ante la falta de un documento oficial que les permita a sus hijos entrar a la universidad.	1 minuto 42 segundos	

7	Los funerales de las víctimas de la tromba y el deslave en Huehuetlán el Grande en Puebla.	1 minuto 57 segundos	
8	Decomisaron casi 40 toneladas durante un cateo en Tijuana.	27 segundos	
9	Fueron asegurados 2 millones 429 mil dólares en efectivo que no fueron declarados.	30 segundos	
10	Decomiso de gasolina robada en Chiapas.	30 segundos	
11	Barco chino con miles de toneladas de minerales.	1 minuto 35 segundos	
12	El frente frío número 54.	58 segundos	
13	El fenómeno mar de fondo.	55 segundos	
14	Los surfistas disfrutan del mar de fondo.	1 minuto 41 segundos	
15	El Presidente Enrique Peña Nieto se reunió en privado con integrantes del episcopado mexicano.	29 segundos	
16	La reforma energética va a permitir la creación de medio millón de empleos a lo largo de la administración, así lo dijo el Secretario del Trabajo Alfonso Navarrete.	27 segundos	
17	El candidato a la dirigencia del PAN fue operado de una compresión radicular.	22 segundos	
18	El Jefe de Gobierno del D.F Miguel Ángel Mancera y el Gobernador del Estado de México Eruviel Ávila sostuvieron una reunión de trabajo.	44 segundos	
19	Los deshechos de la semana.*	4 minutos 24 segundos	
20	En Afganistán un deslave provoco la muerte de 300 personas.	49 segundos	
21	Un video muestra los últimos momentos adentro del ferry de Corea del Sur.	2 minutos 12 segundos	
22	En Ucrania durante un operativo del ejército ucraniano se registró un incendio.	23 segundos	
23	En Ucrania en la ciudad de Slaviansk rebeldes pro rusos derribaron 2 helicópteros.	29 segundo	
24	Tras la violencia desatada en Ucrania el Ministro de	30 segundos	

	Relaciones Exteriores de Rusia afirmó que el acuerdo de paz de Ginebra está muerto.		
25	El Presidente de los Estados Unidos, Barack Obama aseguró que intentarán resolver el conflicto de manera diplomática, de lo contrario se impondrán sanciones contra Rusia.	59 segundos	
26	Tras la violencia en Tamaulipas hay nuevo encargado de seguridad.	1 minuto 52 segundos	
27	La historia de una señora que tiene 89 años y asiste al baile de graduación de su nieto, ya que ella no pudo asistir al suyo por falta de recursos.	35 segundos	

Los Deshechos **Duración:** 4 minutos 24 segundos **Patrocinador:** *Nivada.*	
No. de tema	Tema
1	Miguel Mancera está trabajando.
2	Panista se tropieza.
3	El debate de los candidatos a la presidencia del PAN no se veía porque se iba la señal.
4	Los “trapos sucios” en el debate de los candidatos del PAN. El apoyo por parte de Cordero al Presidente Enrique Peña Nieto al doblarle el presupuesto /La defensa por parte de Madero al Presidente Enrique Peña Nieto y al PRI/ Las quincenas que cobró Cordero antes de hacerse militante del PAN/ Los “moches” que defiende Madero.
6	Gustavo Madero comiendo un taco de Cordero.
7	Corretiza a Fausto Vallejo.

Cuadro 15. Comparación de los noticieros estelares de Televisa y TV Azteca del 2 de mayo de 2014

Comparación de Noticieros del 2 de mayo de 2014		
	Televisa	**TV Azteca**
Noticias dadas	32	27
Cortes comerciales	2	2
Comerciales	20	25
Duración de comerciales	7 minutos 10 segundos	10 minutos
Duración del noticiero	48 minutos 10 segundos	47 minutos
Noticias Políticas	15	18
Opiniones emitidas por el líder de opinión	2	1

Sección especial	2 En la opinión de Jean Meyer y las mangas del chaleco.	1 Los deshechos de la semana.

El noticiero con Joaquín López-Dóriga Lunes 5 de mayo de 2014

Líder de Opinión: Joaquín López-Dóriga

Cuadro 16. Análisis de *El Noticiero* con Joaquín López-Dóriga del 5 de mayo de 2014

Noticias dadas	29
Cortes comerciales	2
Comerciales	25
Tiempo de duración de los comerciales	9 minutos 20 segundos
Duración del noticiero	50 minutos

Resumen de noticias **Duración**: 50 segundos.	
1	Preso el ex gobernador panista de Aguascalientes, Luis Armando Reynoso.
2	Procesan al agente federal que volcó, robó y disparó en el aeropuerto.
3	Confirmada la identidad de los 13muertos del Heaven.
4	Demolerán lo que quedo del mercado Corona en Guadalajara.
5	El presidente dice que su gobierno escucha a la gente.
6	Juran bandera miles de conscriptos.
7	La Casa Blanca: Obama festeja el 5 de mayo.
8	Cuauhtémoc Cárdenas advierte fractura en el PRD y llama a la unidad.
9	Gustavo Madero sale del hospital, y pide un segundo y último debate organizado por el PAN.
10	Obligatorio el registro de todas las mascotas en la Cd. de México.
11	Y la terapia.

Noticias			
No. De noticia	**Noticia**	**Duración**	**Opiniones**
1	Un incendio destruyó el mercado Corona de Guadalajara.	2 minutos 40 segundos	
2	Incendio en la refinería Francisco I. Madero en Cd. Madero Tamaulipas.	40 segundos	
3	Un ex agente de la PGR provocó una persecución y un tiroteo en la puerta de la terminal 1 del	3 minutos 12 segundos	

	Aeropuerto Internacional de la Cd. de México.		
4	Está en la cárcel el ex gobernador panista de Aguascalientes Luis Armando Reynoso Femat.	2 minutos 36 segundos	
5	En Michoacán un juez dictó formal prisión contra el alcalde panista de Tacámbaro, Noé Octavio Aburto Inclán, acusado de peculado contra el ayuntamiento.	32 segundos	Sin embargo, el alcalde no pisará la cárcel ¿por qué? porque logró un amparo federal
6	La PGR del D.F confirmó que los 13 cuerpos encontrados en una fosa clandestina corresponden a los 13 jóvenes secuestrados y asesinados el 26 de mayo pasado en el antro Heaven.	1 minuto 27 segundos	
7	En Rogaland en una función de circo 9 acróbatas efectuaban el acto llamado candelabro humano, el candelabro se cayó de una altura de 9 metros.	48 segundos	
8	Al Norte de California hubo un accidente durante una exhibición en la base de la fuerza aérea.	18 segundos	
9	En Colorado una avioneta se estrelló contra una casa.	22 segundos	
10	En Puebla el presidente Enrique Peña Nieto encabezó la ceremonia por los 152 años de la batalla del 5 de mayo/ Aseguró que su gobierno es cercano y escucha a la gente.	2 minutos	
11	El presidente tomó protesta de bandera a la clase 1995 del servicio militar nacional.	1 minuto 18 segundos	
12	La celebración en la Casa Blanca.	1 minuto 21 segundos	
13	Se reunieron los senadores de todos los partidos políticos para intentar llegar a un acuerdo sobre las leyes secundarias en materia electoral, pero no alcanzaron los acuerdos necesarios.	28 segundos	
14	El candidato a la presidencia del PAN Gustavo Madero dejó el hospital/ Solicitó un segundo debate.	45 segundos	
15	Ernesto Cordero (candidato a la presidencia del PAN) está dispuesto a debatir.	28 segundos	
16	El Partido de la Revolución Democrática PRD cumple 25 años. Cuauhtémoc Cárdenas	1 minuto 17 segundos	

	advirtió que el partido se ha alejado de sus principios.		
17	La Asamblea Legislativa del DF aprobó la ley que hace obligatorio el registro de mascotas con un chip.	2 minutos 8 segundos	
18	El Jefe de Gobierno del DF, Miguel Ángel Mancera anunció la amplificación de las líneas 4,9,12 y la A del metro, así como del tren México-Toluca.	1 minuto 4 segundos	
19	Siguen documentándose las irregularidades de la línea 12 del metro.	3 minutos 31 segundos	Hay 435 mil personas afectadas por el cierre de esta línea, y hasta esta noche no hay un solo responsable
20	Terapia intensiva.*	3 minutos 44 segundos	
21	En Oaxaca liberaron a 9 de los autollamados anarquistas por haber prendido fuego a la bandera.	31 segundos	
22	Integrantes de la Coordinadora recuperaron una escuela primaria.	24 segundos	
23	En Cuernavaca fueron asesinados un catedrático jubilado de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos y su esposa.	25 segundos	
24	En Tamaulipas se registraron enfrentamientos en Cd. Victoria, Reynosa y Matamoros entre fuerzas militares y delincuentes/ Mataron a un jefe de investigación.	1 minuto 2 segundos	
25	En Panamá ayer se efectuaron las elecciones presidenciales, ganó Juan Carlos Varela.	24 segundos	
26	En el Vaticano el Papa se reunió con los cadetes de la guardia suiza.	30 segundos	
27	En Ginebra el Comité contra la tortura de la ONU interrogó al Vaticano por la crisis de abuso sexual infantil en la iglesia católica.	32 segundos	
28	La Opinión de Iván Restrepo. Tema: El cambio climático.	1 minuto 28 segundos	
29	Le informan vía Twitter el nombre del jefe de investigación de la policía de Tamaulipas muerto, es Salvador de Haro Muñoz.		

Terapia Intensiva **Duración:** 3 minutos 44 segundos **Patrocinador:** Tequila *Don Ramón.*	
No. de tema	Tema
1	Fueron incautadas 40 toneladas de marihuana en Tijuana, luego de que un juez tardará 4 días en emitir la orden de cateo [se muestra el dibujo de un juez fumando marihuana, al estar analizando las pruebas].
2	Florida se convirtió en el XXII Estado en aprobar el uso de la marihuana con fines recreativos.
3	En Canadá el alcalde de Toronto renunció a su cargo tras admitir que tiene problemas con las drogas, alcohol y las mujeres. Hecho que hace ver que los electores canadienses son menos tolerantes que los mexicanos, sí porque mientras allá orillan a un funcionaria a renunciar por sus vicios acá hasta se los pagamos.
4	El ex gobernador de Aguascalientes Luis Armando Reynoso Femat fue arrestado y llevado a la cárcel.
5	En Nueva York se descarrilaron unos vagones del metro y 20 personas resultaron heridas y en Corea de Sul 2 trenes del metro chocaron y 200 pasajeros resultaron heridos. Accidentes que hacen ver que en México no estamos tan mal como pensamos, tan solo en la línea doce ya llevamos casi 1 mes sin que ocurra un accidente.
6	La directiva de las chivas despidió a su técnico Ricardo La Volpe.
7	Las autoridades estadounidenses emitieron una alerta tras detectar la presencia de contaminantes no identificados en el Río Bravo.

Hechos Noche **Lunes 5 de mayo de 2014**

Líder de opinión: Javier Alatorre

Cuadro 17. Análisis de *Hechos Noche* con Javier Alatorre del 5 de mayo de 2014

Noticias dadas	25
Cortes comerciales	2
Comerciales	21
Tiempo de duración de los comerciales	7 minutos
Duración del noticiero	46 minutos

Resumen de noticias **Duración:** 1 minuto 6 segundos.	
1	Conmemoración de la batalla de Puebla.
2	El gobierno federal refrenda su compromiso con México.
3	Incendio en una refinería de PEMEX en Cd. De Madero.
4	Destruido por un incendio uno de los mercados más antiguos de Guadalajara.
5	El ex gobernador de Aguascalientes está en la cárcel enfrenta 4 procesos.
6	Confirman que sí son los cuerpos del bar Heaven.

7	Olas de hasta 8 metros en Guerrero.
8	Auto de formal prisión contra el alcalde de Lázaro Cárdenas y su tesorero por vínculos con el crimen organizado.
9	Uruguay presenta las reglas de la venta legal de marihuana.

Noticias			
No. De Noticia	**Noticia**	**Duración**	**Opiniones**
1	Detención del ex gobernador de Aguascalientes Luis Armando Reinoso Femat.	1 minuto 57 segundos	
2	Movilización policiaca en el aeropuerto de la Cd. de México.	1 minuto 55 segundos	
3	Usuarios del aeropuerto internacional de México se quedaron atrapados en el "trenecito."	2 minutos 13 segundos	
4	Incendio en la refinería Francisco I. Madero de PEMEX en ciudad Madero Tamaulipas.	30 segundos	
5	Incendio en el mercado Corona de Guadalajara.	2 minutos 2 segundos	
6	El caso de La Volpe.	47 segundos	
7	La juez segundo en materia penal en Morelia dictó auto de formal prisión al edil perredista de Lázaro Cárdenas Arquímides Oseguera Solorio.	28 segundos	
8	Tarde violenta en Tamaulipas, 5 presuntos delincuentes murieron durante 2 enfrentamientos.	55 segundos	
9	Se confirma que la identidad de los 12 cuerpos encontrados en una fosa común corresponde a los jóvenes secuestrados en el bar Heaven.	2 minutos 31 segundos	
10	Uruguay es el primer país donde la producción, distribución, compra y venta de marihuana es legal.	1 minuto 32 segundos	
11	Conmemoración de la Batalla de Puebla.	2 minutos 40 segundos	
12	El Otro México (sección) A cargo de: Carolina Rocha. Tema: El Chatarral Patrocinador: *Nivada.*	6 minutos 35 segundos	
13	Se pusieron los cimientos para crear 100 empleos directos/ Creación de la tercera planta de una empresa de tecnología en el parque industrial Lerma.	1 minuto 45 segundos	
14	Hay vigilancia en las costas del pacífico por un centro de baja presión.	47 segundos	
15	En Guerrero siguen los efectos del mar de fondo.	31 segundos	
16	El mar y sus recursos, el principal	1 minuto 17	

	tema en Of Short Technology Conference en Houston.	segundos	
17	En Washington el presidente Barack Obama encabezó los festejos del 5 de mayo.	30 segundos	
18	Norma Bastidas establece la nueva marca de triatlón para llamar la atención sobre el tráfico humano.	2 minutos 45 segundos	
19	En Guerrero se abrió la puerta para no perseguir legalmente el aborto.	1 minuto 20 segundos	
20	El PRD conmemoró 25 años de su fundación. En el evento principal el orador fue el Ing. Cuauhtémoc Cárdenas, quien hizo un llamado a la unidad.	28 segundos	
21	En el PAN reapareció Gustavo Madero candidato a la dirigencia nacional de este partido.	34 segundos	
22	Nombres, Nombres (sección). A cargo de: Alberto Aguilar. Tema: El Acero.	3 minutos 19 segundos	
25	Hay lluvia de estrellas.	7 segundos	

Cuadro 18. Comparación de los noticieros estelares de Televisa y TV Azteca del 5 de mayo de 2014

Comparación de Noticieros del 5 de mayo de 2014		
	Televisa	**TV Azteca**
Noticias dadas	29	25
Cortes comerciales	2	2
Comerciales	25	21
Duración de comerciales	9 minutos 20 segundos	7 minutos
Duración del noticiero	50 minutos	47 minutos
Noticias Políticas	19	14
Opiniones emitidas por el líder de opinión	2	0
Sección especial	2 Terapia intensiva y en la opinión de Iván Restrepo.	2 Nombres, nombres y El Otro México.

Junio

El noticiero con Joaquín López-Dóriga Lunes 2 de junio de 2014

Líder de Opinión: Joaquín López-Dóriga

Cuadro 19. Análisis de *El Noticiero* con Joaquín López-Dóriga del 2 de junio de 2014

Noticias dadas	19
Cortes comerciales	2
Comerciales	19
Tiempo de duración de los comerciales	7 minutos 25 segundos
Duración del noticiero	47 minutos

Resumen de noticias **Duración:** 44 segundos.	
1	Abdica el rey Juan Carlos de España.
2	Su hijo será Felipe VI.
3	Confirmada la visita a España del presidente Peña Nieto el lunes.
	Al Vaticano el sábado.
4	Los obispos mexicanos terminan su visita e informes al Papa.
5	Junio mes de la Cruzada Nacional Contra el Hambre.
6	Aumenta el envío de remesas de mexicanos desde extranjero.
7	El ejército brasileño hace prácticas contra protestas masivas.
8	Alerta por depresión tropical en Chiapas y Tabasco.
9	Televisa por el planeta llega al Amazonia.
10	La terapia.

Noticias			
No. De noticia	**Noticia**	**Duración**	**Opiniones**
1	Abdicación del rey de España.	8 minutos 59 segundos	
2	Visita el Presidente Enrique Peña Nieto a España/ Gira por Europa.	2 minutos 25 segundos	
3	El Presidente Enrique Peña Nieto inaugura en Chihuahua, el mes de promoción de la Cruzada Nacional Contra el Hambre.	5 minutos 40 segundos	
4	Explosión e incendio en una bodega en Querétaro.	16 segundos	
5	Alcaldesa priísta de Villa Victoria en el Estado de México resultó herida.	35 segundos	
6	Rescate de náufragos en Puerto Juárez (Quintana Roo).	23 segundos	
7	Televisa por el planeta: El Amazonas (Reportaje especial). Patrocinado por *GNP seguros*.	6 minutos 23 segundos	
8	Accidente aéreo en Wisconsin durante una exhibición aérea.	30 segundos	
9	El Secretario de Gobernación Miguel Ángel Osorio Chong,	1 minuto 30 segundos	

	anunció en Mérida que el nuevo sistema de justicia considera los derechos de la víctima y acusado.		
10	Aumentan las remesas.	26 segundos	
11	Terapia intensiva* [patrocinada por tequila *Don Ramón*].	2 minutos 17 segundos	
12	El ejército brasileño ensayó para el mundial medidas preventivas de seguridad.	1 minuto 45 segundos	
13	Depresión tropical 2-E.	36 segundos	
14	Termina el festival Acapulco 2014.	45 segundos	
15	Encuentran el cadáver de Jorge Torres Palacio, periodista secuestrado en Acapulco.	22 segundos	
16	Captan banda de secuestradores y liberan a un secuestrado.	25 segundos	
17	Un camión de carga embistió a una camioneta de pasajeros y un automóvil en la carretera Texcoco Calpulalpan.	23 segundos	
18	Accidente en la carretera de Cuernavaca en dirección a Acapulco.	24 segundos	
19	La opinión de Rafael Fernández de Castro Tema: La abdicación del rey Juan Carlos.	1 minuto 10 segundos	

Terapia Intensiva **Duración:** 2 minutos 17 segundos **Patrocinador:** Tequila *Don Ramón*	
No. de tema	Tema
1	Conmoción por asesinato en California.
2	Papa Francisco abrió la puerta para la discusión sobre el celibato.
3	Abusos del padre Eduardo Córdova.
4	Fuga de 3 reos del penal de Culiacán por un túnel.
5	Reaparición del subcomandante Marcos.
6	Termina en mayo el período en que las mariposas monarcas están en el país.
Notas	Tiene un lenguaje de doble sentido.

Hechos Noche **Lunes 2 de Junio de 2014**

Líder de opinión: Javier Alatorre

Cuadro 20. Análisis de *Hechos Noche* con Javier Alatorre del 2 de junio de 2014

Noticias dadas	17
Cortes comerciales	2
Comerciales	20
Tiempo de duración de los comerciales	8 minutos 55 segundos
Duración del noticiero	50 minutos

Resumen de noticias **Duración:** 1 minuto 10 segundos.	
1	Abdica el Rey de España Juan Carlos de Borbón.
2	Se inició el proceso para que el Príncipe Felipe se convierta en el nuevo monarca de España.
3	Hay alerta por una nueva depresión tropical en el Pacífico, ya se registran intensas tormentas en Chiapas y Oaxaca.
4	En el Norte la alerta es por el calor, el termómetro en Sonora se acerca a los 50ºC.
5	Ecocidio en Santa Fe, mutilaron 100 árboles para beneficiar espectaculares.
6	La cruzada contra el hambre llegará este año a 5 y medio millón de personas.
9	Yucatán primer Estado que aplica el nuevo sistema de justicia oral.
10	Otra tragedia carretera por un tráiler, hay 8 víctimas.

Noticias			
Inicio con el video del primer salto base de un perro Duración: 55 segundos.			
No. De Noticia	**Noticia**	**Duración**	**Opiniones**
1	Abdicó el Rey de España.	4 minutos 5 segundos	[Refiriéndose al rey Juan Carlos] Ha protagonizado escándalos. La opulencia, los gastos de la familia real contrastan con la crisis. Le estaremos informando los distintos puntos de opinión, para que usted forme la suya [con respecto a la continuidad de la monarquía española].

2	Los anti monarquía salieron a solicitar un cambio de modelo y plebiscito.	22 segundos	
3	Se formó la segunda depresión tropical en el país, la 2E.	3 minutos 30 segundos	
4	La sequía y altas temperaturas en el Norte.	2 minutos 30 segundos	
5	Mutilan árboles por parte de una empresa de espectaculares.	3 minutos 10 segundos	
6	El presidente Enrique Peña Nieto estuvo en la Sierra Tarahumara y puso en marcha el mes de la Cruzada Nacional Contra el Hambre.	2 minutos 9 segundos	
7	El Presidente encabezó los festejos del día de la marina.	1 minuto 58 segundos	
8	El mundial / baja de Luis Montes.	2 minutos 52 segundos	
9	Entrada de Javier Aquino a la selección.	18 segundos	
10	Radamel Falcao en Colombia se queda fuera del mundial.	22 segundos	
11	La lesión de Cristiano Ronaldo.	37 segundos	
12	Cantos de Batalla: Himnos del mundial.	2 minutos 3 segundos	
13	El Otro México (sección). A cargo de: Carolina Rocha. Tema: El Oro.	6 minutos 15 segundos	
14	La comisión de energía del Senado expuso ante empresarios las ventajas de aprobar las leyes secundarias de la reforma energética.	59 segundos	
15	Yucatán operará bajo un nuevo sistema de justicia penal.	1 minuto 45 segundos	
16	En el Estado de México la alcaldesa de Villa Victoria, Sara Domínguez resultó lesionada.	36 segundos	
17	Nombres, Nombres (Sección). A cargo de: Alberto Aguilar. Tema: La miel.	3 minutos 17 segundos	
18	Hechos al cierre.*	1 minuto 6 segundos	

Hechos al Cierre **Duración**: 1 minuto 6 segundos.	
Número	**Noticia**
1	Fuertes críticas recibió el presidente Barack Obama por el intercambio de 5 combatientes del Talibán por el sargento estadounidense, quien llevaba casi 5 años preso. Republicanos aseguran que la Casa Blanca violó la máxima que Estados Unidos no negociará con terroristas, pero el vocero de la presidencia asegura que fue la medida correcta.

2	Barack Obama declaró como situación de emergencia la gran cantidad de niños que entran ilegalmente a Estados Unidos.
3	La Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos presentó un programa para tratar de reducir un 30% las emisiones de dióxido de carbono en plantas termoeléctricas para 2030.
4	Un piloto murió en Estados Unidos al estrellarse mientras realizaba su rutina de acrobacias en un show aéreo que tuvo lugar en Wisconsin.
5	Una tormenta de arena azotó Terán la capital de Irán, 4 personas muertas y decenas de lesionados, además de considerables daños materiales.

Cuadro 21. Comparación de los noticieros estelares de Televisa y TV Azteca del 2 de junio de 2014

Comparación de Noticieros del 2 de junio de 2014		
	Televisa	**TV Azteca**
Noticias dadas	19	18
Cortes comerciales	2	2
Comerciales	19	20
Duración de comerciales	7 minutos 25 segundos	8 minutos 55 segundos
Duración del noticiero	47 minutos	50 minutos
Noticias Políticas	9	7
Opiniones emitidas por el líder de opinión	0	1
Sección especial	3 Terapia intensiva, Televisa por el planeta y la opinión de Rafael Fernández de Castro.	2 El otro México, Nombres, nombres.

El noticiero con Joaquín López-Dóriga Martes 3 de junio de 2014

Líder de Opinión: Joaquín López-Dóriga

Cuadro 22. Análisis de *El Noticiero* con Joaquín López-Dóriga del 3 de junio de 2014

Noticias dadas	28
Cortes comerciales	2
Comerciales	20
Tiempo de duración de los comerciales	7 minutos 30 segundos
Duración del noticiero	46 minutos

Resumen de noticias **Duración:** 43 segundos.	
1	La tormenta Boris a punto de tocar costas mexicanas.
2	Miles de evacuados en zonas de riesgo.
3	Inaugura el Presidente la red eléctrica subterránea.
4	Se extenderá por el corredor reforma.

5	Michoacán: reconstrucción social y desarrollo dice Videgaray.
6	No hay marcha atrás en la reforma educativa asegura Osorio Chong.
7	PEMEX termina su relación de 35 años con REPSOL, y vende su paquete accionario.
8	Ofensiva nacional contra el hambre.
9	Nuevo rey de España el 18 de junio.
10	Televisa por el planeta: La Amazonia.

Noticias			
No. De noticia	**Noticia**	**Duración**	**Opiniones**
1	Depresión tropical 2E.	1 minuto 56 segundos	
2	Ola de calor en Sonora.	16 segundos	
3	Inauguración de la red eléctrica subterránea.	2 minutos 52 segundos	
4	El presidente Enrique Peña Nieto inició gira de visitas de Estado a Lisboa, el Vaticano y España.	1 minuto 13 segundos	
5	Inician trámites para la sucesión de la corona española.	2 minutos 16 segundos	
6	Aumentaron las reservas internacionales de México.	21 segundos	
7	Especialistas reducen expectativas de crecimiento económico para México.	27 segundos	
8	Televisa por el planeta: El Amazonas, la selva encantada. Patrocinado por *GNP seguros.*	5 minutos 56 segundos	
9	Hoy se cumple un cuarto de siglo de la masacre de Tiananmén en 1989.	1 minuto 5 segundos	
10	PEMEX venderá su participación accionaria en REPSOL.	1 minuto 8 segundos	
11	El Secretario de Hacienda y Crédito Público, Luis Videgaray, tomó protesta al comité ciudadano que dará seguimiento al plan Michoacán.	1 minuto 16 segundos	
12	El Secretario de Gobernación Miguel Ángel Osorio Chong clausuró la 102 Cumbre Ciudadana por los Derechos y las Libertades.	1 minuto 2 segundos	
13	Mes de la Cruzada Nacional Contra el Hambre.	3 minutos 25 segundos	
14	Estudio sobre bullying del Centro de Estudios y Opinión Pública de la Cámara de Diputados.	1 minuto 57 segundos	
15	El Jefe de Gobierno del D.F Miguel Ángel Mancera, anunció la	19 segundos	

	creación de un programa para combatir el bullying.		
16	La Suprema Corte de Justicia ampara a menor víctima de bullying.	51 segundos	
17	Tribunal revoca sentencia sobre indemnización por la muerte de una menor.	2 minutos 10 segundos	
18	Juez rectificó la formal prisión contra Elba Esther Gordillo.	28 segundos	
19	Juez niega amparo al ex Gobernador panista de Aguascalientes, Luis Armando Reynosa por la compra simulada de un tomógrafo.	24 segundos	
20	Juez dictó auto de formal prisión al presidente de Oceanografía Amado Yañez.	39 segundos	
21	Incendio en fábrica de Iztapalapa.	51 segundos	
22	Se duplican las penas por secuestro.	36 segundos	
23	Juez ordena reponer el proceso de 4 años por una firma de los secuestradores y asesino de Alejandro Martí.	49 segundos	Por una firma, por una sola firma.
24	Se realizaron en Acapulco los funerales del Vocero de Salud del Ayuntamiento. Jorge Torres Palacios.	34 segundos	
25	En Ucrania el ejército lanzó una ofensiva contra los rebeldes pro rusos.	31 segundos	
26	Bombardeos en Siria.	20 segundos	
27	Se llevaron a cabo las elecciones presidenciales en Siria.	25 segundos	
28	Identificaron a los 6 implicados en el linchamiento y muerte de dos policías en el Estado México.	20 segundos	
Avance de punto de partida.			

Hechos Noche **Martes 3 de junio de 2014**

Líder de opinión: Javier Alatorre

Cuadro 23. Análisis de *Hechos Noche* con Javier Alatorre del 2 de junio de 2014

Noticias dadas	26

Cortes comerciales	5 minutos 56 segundos
Comerciales	17
Tiempo de duración de los comerciales	5 minutos 56 segundos
Duración del noticiero	48 minutos

Resumen de noticias **Duración**: 1 minuto 35 segundos.	
1	La tormenta tropical Boris tocará tierra mañana en Chiapas.
2	Máxima alerta por las lluvias y los escurrimientos en Chiapas y Oaxaca.
3	Está lista la red eléctrica subterránea en el centro del D.F.
4	Juez federal ordenó protección personal a una niña víctima de acoso en su escuela.
5	La SEP confirma la cancelación del examen para maestros, por el robo de la prueba.
6	Pretenden ocultar por 5 años toda la información de la línea 12 del metro.
7	La sociedad supervisará el destino de los recursos del Plan Michoacán.
8	Denuncian homicidio ambiental en Santa Fe por la mutilación de cientos de árboles para beneficiar espectaculares.
9	PEMEX vende parte de su participación en la petrolera REPSOL.
10	El Príncipe Felipe será el rey Felipe VI el 18 de junio.

Noticias			
No. De Noticia	**Noticia**	**Duración**	**Opiniones**
1	La selfie del fotógrafo británico Lee Thompson en el Cristo Redentor de Río de Janeiro.	59 segundos	
2	Un juez federal determinó que se le de protección especial a una niña víctima de bullying.	3 minutos 55 segundos	Así es que en vez de resolver el problema, de sancionar al estudiante acosador deciden ponerle un guardaespaldas, ponerle una persona a que cuide que esta niña no sea víctima del acosador; y que la escuela siga funcionando sin tomar una medida. Esta es la decisión a la que se llegó. La pregunta como ya lo escuchábamos, es si hay suficientes

			guardaespaldas para todos los niños víctimas de violencia de acoso en todo el país.
3	El castigo para los 4 estudiantes que asesinaron a su compañero en Tamaulipas.	26 segundos	¿Saben cuál fu su sanción? Fueron expulsados, además de recibir apoyo psicológico. Ninguna otra sanción, ningún otro castigo más
4	Intento de asesinato en Estados Unidos por parte de 2 niñas de 12 años.	2 minutos 5 segundos	En otros países las agresoras podrían haber evitado la cárcel por ser menores de edad y haber recibido ayuda psicológica en un lugar especial, pero en Estados Unidos podrían pasar hasta 60 años en la cárcel.
5	Ola de calor en el Norte.	1 minuto 58 segundos	
6	Alerta de lluvias por Boris.	2 minutos 17 segundos	
7	Baja presión ocasiona lluvias en el sureste del país y en la península de Yucatán.	31 segundos	
8	Se roban examen que se debía aplicar a los maestros que concursaban para un aumento de salario.	1 minuto 18 segundos	
9	Por tercera vez juez dicta auto de formal prisión a Elba Esther Gordillo.	20 segundos	
10	Dictaron auto de formal prisión a Amado Yañez principal accionista de Oceanografía.	30 segundos	
11	Se cumplen 5 años de la guardería ABC.	3 minutos 23 segundos	Caso criminal por la muerte de 49 bebés en la guardería ABC de Hermosillo. […] De manera escandalosa la justicia no avanza.
12	El Secretario de Obras del D.F quiere que toda la información de la línea dorada se reserve 5 años.	2 minutos 43 segundos	Y la impunidad hasta ahora se impone en el caso de la línea 12 del metro; es una muy mala señal la

			intensión del Secretario de Obras del D.F de que toda la información de la línea dorada se reserve 5 años.
13	Empresa mutila árboles para que se vean sus espectaculares.	3 minutos 7 segundos	También provoca indignación que el castigo para la empresa que mutila árboles, 113 árboles es la cuenta que se ha llevado hasta el momento; vaya usted saber cuántos árboles más pueda mutilar para que se vean sus espectaculares. La multa, la multa no les hace nada.
14	Tormenta que afectó Nebraska en Estados Unidos.	26 segundos	
15	Caso de unos novios, damas de honor y testigos que se hundieron en el muelle antes de la boda.	36 segundos	
16	El Piojo Herrera perdió su racha invicto frente a la selección en el partido México vs. Bosnia.	30 segundos	
17	Crakcs por la naturaleza (El mundial).	8 segundos	
18	Inauguración de la red eléctrica subterránea de la Cd. De México.	2 minutos	
19	Instalación del comité ciudadano que vigilará los recursos del plan Michoacán.	1 minuto 53 segundos	
20	PEMEX puso a la venta el 7.86% de sus acciones en la petrolera española REPSOL.	20 segundos	
21	Hechos del día.*	47 segundos	
22	90 segundos al fututo (sección). A cargo de: Antonio Pontón. Tema: Google glass.	3 minutos 17 segundos	
23	Incendio de una bodega en la delegación Iztapalapa en el D.F.	24 segundos	
24	Retén a 18 funcionarios por gente de Hidalgo.	1 minuto 45 segundos	
25	Tiro al blanco (sección) A cargo de: Erick Guerrero Rosas. Tema: Los grandes líderes no son como los pintan (sobre el rey Juan Carlos).	1 minuto 59 segundos	

26	Breves.*	1 minuto 2 segundos	

***Hechos del día** **Duración: 47 segundos**	
Número	**Noticia**
1	Ya tiene fecha el inicio del reinado de Felipe VI, será el próximo 18 de junio cuando las Cámaras voten, y en su caso aprueben la ley sobre la abdicación de Juan Carlos I.
2	Padre e hijo acudieron a una ceremonia militar en el Escorial de Madrid, y ninguno se refirió al relevo en la corona española.
3	Tampoco habló del tema la reina Sofía, quien acudió al encuentro anual de la Unicef en la sede de la Organización de Naciones Unidas.
4	Hubo alerta en Holanda por la explosión de una planta de productos químicos, las llamas podían verse a una distancia de 30 Km, por ahora no reporte de lesionados.

Breves **Duración 1 minuto 2 segundos**	
Numero	**Noticia**
1	Lluvias torrenciales provocaron desbordamientos de ríos y el desalojo de más de 75 000 familias en Paraguay.
2	Al Sur de Chile también se padecen severas inundaciones, más de 200 casas resultaron afectadas.
3	En Guatemala las lluvias dejaron 5 muertos y decenas de damnificados, además hay alertas por los efectos de la tormenta tropical Boris.
4	El presidente de Estados Unidos Barack Obama propuso un programa de mil millones de dólares, para ampliar la presencia militar de su país en Europa como respuesta del expansionismo de Rusia.
5	Fuentes militares dicen que el soldado estadounidense intercambiado por combatientes del Talibán, posiblemente desertó antes de ser capturado.
6	Se volvió viral la fotografía de un pasaporte, supuestamente rayoneado por un niño de 4 años, decían que el papá de nacionalidad china se quedó varado en Corea del Sur porque autoridades no aceptaban el documento. Pero ahora hay quienes dudan de la autenticidad de la historia.

Cuadro 24. Comparación de los noticieros estelares de Televisa y TV Azteca del 3 de junio de 2014

Comparación de Noticieros del 3 de junio		
	Televisa	**TV Azteca**
Noticias dadas	28	26
Cortes comerciales	2	2
Comerciales	20	17
Duración de comerciales	7 minutos 30 segundos	5 minutos 56 segundos
Duración del noticiero	46 minutos	48 minutos
Noticias Políticas	25	16

Opiniones emitidas por el líder de opinión	1	7
Sección especial	1 Televisa por el Planeta.	2 Tiro al blanco, 90 Segundos al Futuro.

El noticiero con Joaquín López-Dóriga Miércoles 4 de junio de 2014

Líder de Opinión: Joaquín López-Dóriga

Cuadro 25. Análisis de *El Noticiero* con Joaquín López-Dóriga del 4 de junio de 2014

Noticias dadas	37
Cortes comerciales	2
Comerciales	21
Tiempo de duración de los comerciales	6 minutos 40 segundos
Duración del noticiero	49 minutos

Resumen de noticias **Duración**: 37 segundos.	
1	Impacta Boris en el Sur, lluvias en 7 Estados.
2	El Vaticano expulsa al cura pederasta de San Luis Potosí.
3	Programa Nacional contra el bullying.
4	El presidente inicia en Lisboa su gira europea.
5	Envía iniciativa sobre las fuerzas armadas.
6	PEMEX vende su participación en la española REPSOL.
7	Se pospone la nueva refinería de Tula.
8	Reabren la Av. Masaryk sin terminar.
9	La Corte confirma el delito de motín.
10	Televisa por el planeta: La Amazonia.

Noticias			
No. De noticia	**Noticia**	**Duración**	**Opiniones**
1	Tormenta Boris toca tierras mexicanas.	2 minutos 33 segundos	
2	Ola de calor en el Noroeste.	27 segundos	
3	El Vaticano encuentra culpable de abuso sexual a Eduardo Córdova.	52 segundos	
4	2 iniciativas de ley contra el bullying.	1 minuto 17 segundos	
5	El gobierno federal presentó el programa nacional para prevenir el acoso escolar.	1 minuto 26 segundos	
Anuncio tercer grado.			
6	El presidente Enrique	1 minuto 28	

	Peña Nieto envió a la Comisión Permanente del Congreso la iniciativa para reformar la ley militar.	segundos	
7	Tipifican el delito de Motín.	1 minuto 13 segundos	
8	En León se incendió una bodega de materiales para la construcción.	16 segundos	
9	En Aguascalientes un juez negó un amparo a Raúl Cuadra García, Ex Secretario de finanzas en el sexenio panista de Luis Armando Reynosa.	26 segundos	
10	La Amazonas: la selva encantada Patrocinado por *GNP seguros.*	7 minutos 18 segundos	
11	En Kansas (E.U.A), los fuertes vientos provocaron que un tren fuera arrancado de las vías.	37 segundos	
12	El Presidente Enrique Peña Nieto arribó en Lisboa para realizar una serie de visitas.	1 minuto 55 segundos	
13	Próxima visita del Presidente Enrique Peña Nieto al Vaticano.	6 segundos	
14	Próxima visita del Presidente a Madrid.	10 segundos	
15	El Rey de España fue a una corrida de toros, donde fue ovacionado.	1 minuto 2 segundos	
16	En Madrid el Príncipe de Asturias dio su primer discurso después del anuncio de la abdicación de su padre.	1 minuto 55 segundos	
17	PEMEX confirmó la venta del 7.86% sus acciones en la petrolera REPSOL.	1 minuto 55 segundos	
18	PEMEX anunció la postergación del proyecto de la refinería de Tula.	15 segundos	
19	El fraude de Oceanografía no ocasionó daño	14 segundos	

	patrimonial a PEMEX.		
20	El presidente Enrique Peña Nieto designó a Gustavo Hernández García como nuevo director general de PEMEX: Exploración y producción.	17 segundos	
21	El secretario de gobernación Miguel Ángel Osorio Chong encabezó una reunión con los 32 delegados de la Secretaría de Gobernación.	45 segundos	
22	Agentes de la DEA detuvieron a 3 empresarios de Coahuila.	41 segundos	
23	Corte determina que prohibir el matrimonio de homosexuales es discriminatorio.	1 minuto 33 segundos	
24	Se reabrió un tramo de la Av. Presidente Masaryk en Polanco.	2 minutos 35 segundos	Se anunció la reapertura, pero no, porque la obra está aún sin terminar.
25	En Ucrania fuerzas del gobierno lanzaron una ofensiva para recuperar el control de Slaviansk.	22 segundos	
26	En Siria, Damasco, cayeron 130 proyectiles lanzados por los rebeldes. Declaran ganador a Bashar al-Asad.	21 segundos	Como dictador [Refiriéndose Bashar al-Asad].
27	En Nueva York la policía efectuó un operativo contra pandilleros.	14 segundos	
28	Comisión del Senado que prepara dictámenes para la reforma energética, cambia fecha para su discusión y aprobación.	28 segundos	
29	El Jefe de Gobierno del D.F. Miguel Ángel Mancera, presentó la iniciativa de modificación al estatuto de gobierno en materia electoral.	41 segundos	
30	El juzgado tercero de distrito dictó auto de	19 segundos	

	formal prisión al líder del Cartel del Golfo.		
31	Fueron aseguradas 3 toneladas de Marihuana en la Sierra Madre Occidental.	24 segundos	
32	Un juez federal dictó sentencia a una banda de secuestradores.	24 segundos	
33	Llovió con fuerza en el valle de México.	28 segundos	
34	Video del presidente de Estados Unidos Barack Obama haciendo ejercicio.	39 segundos	
35	La opinión de Luis Soto. Tema: La futura edad de oro del petróleo mexicano.	1 minuto 20 segundos	
36	Las finanzas.	36 segundos	

Hechos Noche **Miércoles 4 de junio de 2014**

Líder de opinión: Javier Alatorre

Cuadro 26. Análisis de *Hechos Noche* con Javier Alatorre del 4 de junio de 2014

Noticias dadas	25
Cortes comerciales	2
Comerciales	18
Tiempo de duración de los comerciales	6 minutos 40 segundos
Duración del noticiero	50 minutos

Resumen de noticias **Duración**: 1minuto 15 segundos.	
1	Alerta por fraude cibernético con falsos correos.
2	Una declaración ministerial sacude la versión oficial de la guardería ABC. No había energía eléctrica para el corto circuito.
3	Boris pega y se degrada.
4	Ya son 3 días con lluvia en Chiapas y Oaxaca.
5	El Presidente Enrique Peña Nieto inicio una gira en Europa, ya está en Portugal.
6	El director general de PEMEX defiende la venta de acciones de REPSOL.
7	En la Huasteca Hidalguense pasan 36 horas retenidos funcionarios por distribuir medicamentos caducos.

8	Falla en rapidez el trámite de visa canadiense para mexicanos.
9	Brasil anuncia tolerancia cero contra manifestaciones en el mundial.
10	Así fue el intercambio de un soldado estadounidense por presos del Talibán.

Noticias			
No. De Noticia	**Noticia**	**Duración**	**Opiniones**
1	Imagen captada por el telescopio espacial Hubble.	55 segundos	
2	Ataque en la Alameda Central por un hombre con un tubo.	2 minutos	
3	Alerta por fraudes cibernéticos.	2 minutos 24 segundos	
4	5 años de la tragedia de la guardería ABC: Testimonios desmienten la versión oficial.	3 minutos 38 segundos	
5	Desapareció sin dejar rastro la maestra que estaba a cargo del salón, donde fue asesinado un niño en Tamaulipas.	26 segundos	
6	Caso de Mitzi: niña que necesita un hígado para sobrevivir, y al llegar al hospital para recibir el trasplante le negaron el hígado porque ya se lo estaban trasplantando a otro niño.	3 minutos 41 segundos	Es increíble lo que está sucediendo en nuestro país, jugar así, jugar de esa manera con las esperanzas de darle una oportunidad de vida a esta chiquita, es un asunto inaceptable. Este caso, el caso de Mitzi, pone de nueva cuenta sobre la mesa las fallas en los protocolos, o vaya usted a saber qué hay detrás de esta negativa, cuando ya estaba todo listo, por lo pronto diremos que son las fallas en los protocolos con el trasplante en México. Ya lo habíamos visto recientemente, aquí se lo informamos, con el hígado que no pudo ser trasladado de Mérida a Monterrey […].
7	En San Nicolás, Nuevo León	41 segundos	

	colapsó parte de la estructura del metro en la línea 3.		
8	En el caso de la línea 12 del metro, el más reciente informe de la investigación no establece ningún tipo de responsabilidad.	2 minutos 32 segundos	
9	Lluvias en Oaxaca.	2 minutos 8 segundos	
10	Lluvias en Chiapas.	1 minuto 50 segundos	
11	Intercambio del soldado norteamericano por los prisioneros del Talibán.	1 minuto 57 segundos	
12	Barack Obama haciendo ejercicio en el gimnasio de un hotel en Polonia.	1 minuto 10 segundos	
13	La gira del presidente Enrique Peña Nieto en Portugal.	1 minuto 56 segundos	
14	Huelga en el metro de San Paolo en Brasil.	1 minuto 2 segundos	
15	El Pulso (sección) A cargo de: Mariano Riva Palacio. Tema: Fibrilación auricular.	4 minutos 11 segundos	
16	Imágenes de una avioneta aterrizando en una playa.	15 segundos	
17	Integrantes de la comisión de energía hablan de los beneficios de las reformas.	1 minuto 1 segundos	Ahí está, hay que apuntar muy bien la fecha, nombre, acordarnos de las personas con la promesa que bajará los precios de los combustibles, del gas, de las gasolinas
18	Patrocinado por *Banamex* Los precios internacionales del petróleo. La Bolsa mexicana de valores tuvo perdidas El dólar cerró sus operaciones a la compra en $12.20 y a la venta en $13.22.	1 minuto 22 segundos	
19	Las filas en Brasil para obtener un boleto para los partidos en el mundial.	54 segundos	
20	La voz del mundial.	21 segundos	
21	Dejan en libertad a los 18 funcionarios y 5 policías después de 36 horas, en la Huasteca Hidalguense.	47 segundos	
22	En Veracruz capturan a 46 delincuentes.	1 minuto 25 segundos	

23	Nombres, Nombres (Sección) A cargo de: Alberto Aguilar Tema: Alimentos para bebé.	3 minutos 12 segundos	
24	Hechos al cierre.*	48 segundos	

Hechos al Cierre **Duración**: 48 segundos	
Número	**Noticia**
1	Se cumplen 25 años de la protesta de Tiananmén.
2	Hilary Clinton dijo que le encantaría romper con el tabú de que una mujer no puede ser presidenta de los Estados Unidos.
3	La red social para compartir fotos y videos Instagram, presentó 10 nuevas funciones de edición.
4	Una avioneta casi arrastra a un bañista en una playa de Alemania, el piloto aterrizaría en una pista contigua pero calculo mal.

Cuadro 27. Comparación de los noticieros estelares de Televisa y TV Azteca del 4 de junio de 2014

Comparación de Noticieros del 4 de Junio de 2014		
	Televisa	**TV Azteca**
Noticias dadas	37	25
Cortes comerciales	2	2
Comerciales	21	18
Duración de comerciales	6 minutos 40 segundos	6 minutos 40 segundos
Duración del noticiero	49 minutos	50 minutos
Noticias Políticas	30	13
Opiniones emitidas por el líder de opinión	2	2
Sección especial	3 Televisa por el Planeta, en la Opinión de Luis Soto y finanzas	2 El Pulso y Nombres, Nombres

De conformidad con lo anterior, ahora presento el análisis general.

3.1 Análisis General

Los dos noticieros presentan varias similitudes, tales como la hora a la que comienzan, una estructura de dos cortes comerciales y que tienen secciones de opinión y de resumen, sin embargo, hay elementos que los hacen diferentes. A pesar de que comienzan al mismo tiempo 10:30 de la noche, la

hora a la que finalizan varía siendo el más extenso *Hechos Noche,* el cual suele durar más de 48 minutos.

El noticiero estelar de Televisa presenta un enfoque más internacional que el de TV Azteca; además de que se le da seguimiento a los acontecimientos de ésa índole, como es el caso de Siria, donde Televisa transmitió los conflictos armados y las elecciones presidenciales, en tanto que TV Azteca no informó al respecto.

En el caso de la abdicación del Rey Juan Carlos de España Televisa mostró de manera más amplia todos los detalles, así como el papel del rey Juan Carlos en la historia de su país, con una postura neutral- a favor de la monarquía española, dedicándole casi 9 minutos (8 minutos 59 segundos), del noticiero del 2 de junio, por su parte TV Azteca le dedico 4 minutos 27 segundos en total, con una postura en contra.

Al día siguiente del anuncio, el día 3 de junio, Televisa nuevamente le dedicó más tiempo como noticia, por parte de Joaquín López-Dóriga se le dio un total de 2 minutos 16 segundos, siendo su quinta nota, en tanto que TV Azteca como nota brindada por parte de Javier Alatorre solo fue mencionado en *Hechos del Día*, donde se da junto con otras 3 noticias en menos de 47 segundos. En ambos noticieros la sección de opinión (*En la Opinión de* Rafael Fernández de Castro en el caso de Televisa y *Tiro al Blanco* en el caso de TV Azteca), fue dedicada a la abdicación del Rey Juan Carlos, el primero con una duración de 1 minuto 10 segundos y el segundo con 1 minuto 2 segundos.

Durante el periodo analizado Televisa brindó 58 noticias internacionales y TV Azteca 33. Se consideró noticia internacional aquella que fuera de otro país sin que se mencionara a México. Las noticias en Breve y hechos al cierre se consideraron como una.

Hechos suele privilegiar la información nacional con notas más amplias y les da seguimiento, como el caso del deslave de Huehuetlán el Grande en Puebla, donde informó no solo lo sucedido, sino que al día siguiente le dedicó 1 minuto 57 segundos mostrando los daños, los funerales y las acciones de gobierno emprendidas en la zona, en dicho caso el día del deslave (1 de mayo), *El Noticiero* con Joaquín López-Dóriga le dedicó 3 minutos 40 segundos siendo su noticia estelar, *Hechos* le brindó 3 minutos 57 segundos y fue la séptima nota, el día 2 de mayo en el noticiero con Joaquín López-Dóriga no se mencionó nada relacionado con el deslave.

Sobresale el seguimiento que le dio *Hechos Noche* al escándalo de Ricardo La Volpe, en los noticieros analizados en mayo (mes en que ocurrió), fue durante dos días la noticia principal y el tercer día fue la sexta nota, por su parte Televisa solo lo dio como noticia el 1 de mayo y fue la 16 nota, mientras que los días 2 y 5 únicamente fue mencionado en Terapia Intensiva y en las Mangas del Chaleco.

Un hecho relevante que pone en manifiesto las fallas que hay en el sistema de salud pública fue el caso de Mitzi, una niña a quien se le negó el trasplante de un hígado. Javier Alatorre le dedicó 3 minutos 41 segundos con una opinión crítica sobre la situación del trasplante en México, esta situación no fue mencionada en *El Noticiero* de Joaquín López-Dóriga.

Es también de interés el seguimiento que le dio Javier Alatorre al caso de la guardería ABC, los días 3 y 4 de junio habló sobre el caso y los posibles implicados, mencionando actores políticos clave, por su parte Joaquín López-Dóriga no tocó el tema.

Las noticias en Televisa suelen brindarse de manera breve, pocas son a las que se les dedica más de 2 minutos, y hay notas que incluso se dan en 7

segundos, pero lo común es a partir de 20. En el caso de TV Azteca también hay noticias que se dan en menos de un minuto pero hay reportajes que incluso llegan a los 11 minutos, por lo cual se concluye que TV Azteca brinda las noticias de una manera más amplia, sin embargo, las notas brindadas por Televisa cubren los puntos esenciales ¿qué, cuándo y dónde?

En parte por la extensión de las noticas de TV Azteca y por las secciones que maneja suele brindar en promedio 6 notas menos que Televisa. Durante el periodo analizado Televisa transmitió 255 noticias y TV Azteca 199.

El resumen de noticias también se analizó, porque retomando la teoría de la agenda setting constituye la agenda del medio y manifiesta la importancia que le dan a cada issu (en este caso noticia). Ambos noticieros tienen una agenda similar a nivel nacional. La diferencia de tiempo vuelve a estar presente en el resumen de noticias, el de TV Azteca nuevamente es más largo durando más de un minuto; por su parte el de Televisa difícilmente llega a los 60 segundos; sin embargo, a pesar de ser más breve el de Televisa maneja más temas, esto es debido a que en TV Azteca se menciona el tema y al final de cada noticia se pone imagen de apoyo (video), mientras que en Televisa se dice la nota acompañada de imagen de apoyo. Ambos noticieros suelen manejar noticias nacionales (se repiten con frecuencia), en sus resúmenes.

En cuanto a los líderes de opinión Joaquín López-Dóriga da las noticias sentado y de una manera tranquila sin mucho movimiento corporal, en cambio, Javier Alatorre las da de pie, a menos que tenga algún invitado (caso de las secciones el Otro México y yo Amo mi Dinero), en donde sí está sentado; suele tener mucho movimiento corporal. En fluidez Javier Alatorre opina más y por ende fue más sencillo de analizar, él habla más lento pero es frecuente que baje la voz a momentos lo que complica su comprensión en ciertos periodos, particularmente al final de las notas. Joaquín López-Dóriga, por su parte, opina

menos y al presentar la nota suele repetir y dar énfasis con sinónimos a una idea, habla más rápido pero tiene una excelente dicción.

El lenguaje corporal de Javier Alatorre es más carismático, termina el noticiero diciendo adiós con la mano y sonriendo, mientras que Joaquín López-Dóriga concluye: Bien esto es todo. Gracias, muchas gracias y hasta mañana. Destaca el sello de dejar la silla girando mientras sale, y aunque sí sonríe la cámara enfoca a la silla antes que al líder de opinión, proyectando una persona más seria.

El análisis de las opiniones de los líderes de opinión es sumamente interesante, ambos líderes son discretos a la hora de dar su punto de vista, sin embargo, Javier Alatorre opina más y con una postura más crítica (en el sentido de no estar de acuerdo con la nota), que Joaquín López-Dóriga, quien sí suele opinar y estar en desacuerdo en temas como la línea 12 del metro (a la cual dio puntual seguimiento), la demora de un juez en girar la orden de cateo para la bodega en Tijuana donde se almacenaba droga (Javier Alatorre no lo menciona), y las condiciones de la reapertura de la Av. Presidente Masaryk, pero Javier Alatorre opina con mayor frecuencia y manifiesta de manera abierta su molestia con el gobierno.

Durante el período analizado Joaquín López-Dóriga emitió 11 opiniones mientras que Javier Alatorre emitió 22, por lo que Javier Alatorre asume más el papel de líder de opinión que Joaquín López-Dóriga, quien asume el papel de informador. En la misma línea, Javier Alatorre tiene una cultura política más participativa que su contra parte, queda evidenciado al referirse de manera más frecuente a la audiencia como “ciudadanos” y especialmente al señalar el día 4 de junio que “Ahí está, hay que apuntar muy bien la fecha, nombre, acordarnos de las personas con la promesa que bajará los precios de los combustibles, del gas, de las gasolinas” expresando la importancia de conocer

los actores para después exigirles, sin embargo, no es lo suficientemente fuerte como para incentivar a una verdadera participación.

Ambas televisoras tienen cortes comerciales extensos, normalmente duran más de 5 minutos. En el período analizado Televisa transmitió 175 comerciales y TV Azteca 180. Las dos televisoras promocionan su programación (telenovelas, series, noticieros, talk shows, programas de revista, etc.). En cuanto al tipo de productos que anuncian, en el canal de las estrellas se promocionan de manera más frecuente artículos estéticos, como lo son los shampoos y tratamientos capilares, también se anuncian medicamentos y bebidas alcohólicas; mientras que en TV Azteca lo hacen más fundaciones y asociaciones civiles, tiendas departamentales y productos de limpieza; en ambas se anuncian bancos y productos lácteos. Llama la atención que en TV Azteca en el horario estelar se anunció la Suprema Corte de Justicia de la Nación y el Gobierno y Ayuntamiento del Estado de Puebla con motivo del 5 de mayo y en Televisa no.

Una de las diferencias más marcadas corresponde a las secciones que tiene cada noticiero. En *Hechos Noche* las secciones son: Yo amo mi dinero, El otro México, Nombres, nombres, 90 segundos al futuro y El Pulso, corresponde a una lógica que se maneja en *Primero Noticias* noticiero matutino de Televisa. Cada sección tiene un perfil muy claro, *Yo Amo Mi Dinero* versa sobre casos de éxito de empresarios mexicanos, *Nombres, Nombres* es una sección de datos económicos sobre algún producto/objeto como la miel, las sopas instantáneas, etc. La sección de *90 Segundos al Futuro* trata sobre tecnología, *El Otro México* sobre lugares interesantes que hay en el país, *Tiro al Blanco* habla de temas de actualidad y finalmente *El Pulso* es una sección de medicina.

Solo hay una sección de resumen “chusca” a la semana, muy al estilo de las mangas del chaleco. En el noticiero de Televisa a dicha sección se le

dedicó 7 minutos 22 segundos y se abordaron 11 momentos de la semana patrocinado por *"Tequila Don Ramón*", por su parte, TV Azteca le dedicó 4 minutos 24 segundos con 7 momentos patrocinados por *"Nivada".* En el período analizado solo hubo un viernes, día en el que se transmiten ambas secciones, en dicha ocasión nuevamente en Televisa se muestra el enfoque internacional, ya que estuvo presente la noticia de la Reina Máxima de Holanda y en TV Azteca todos los deshechos fueron nacionales.

Televisa maneja 2 secciones fijas: *Las mangas del chaleco*, la más popular, la cual tiene un nivel superior en cuanto a edición y giro cómico con respecto a los *Deshechos de la Semana*, es entendible debido a la cantidad de material que dispone; películas, la barra cómica, etc. producidos por Televisa. La otra sección fija es *Terapia Intensiva*, la cual tiene un lenguaje de doble sentido y se transmite el día lunes. Los días lunes, miércoles y viernes maneja una sección de opinión sobre algún tema de interés o actualidad.

El Noticiero con Joaquín López-Dóriga brinda más noticias políticas que *Hechos Noche*, a excepción del día 2 de mayo Televisa siempre dio más notas relacionadas con la política, tomando como nota política aquella que trata sobre actores políticos e instituciones. En *Hechos Noche* fue común encontrar información con nulo contenido político como iniciar el noticiero con videos "divertidos", en las secciones que maneja o bien con notas como el baile al que asistió una abuelita con su nieto.

Ambos líderes de opinión utilizan la pantalla para promocionar sus cuentas de Twitter, no promocionan facebook ni ninguna otra red social, López-Dóriga es quien lo hace de manera más directa, puesto que todos los días al despedirse invita a la audiencia a "Unirse a esta gran comunidad", al pie de la pantalla aparece #ElNoticiero. En el noticiero del día 5 de mayo comunica que vía Twitter acaban de informarle del nombre del policía muerto, con lo cual se evidencia un mayor uso de las redes sociales. En el caso de Javier Alatorre la

promoción de su red social se limita a poner en pantalla (en cintillo o en una pantalla de fondo), su cuenta de Twitter.

Ambos noticieros abordaron temas religiosos como el aniversario luctuoso de la muerte de Juan Pablo II, pero TV Azteca lo hizo con menos frecuencia que Televisa, en el período analizado Televisa brindó 5 noticias religiosas y TV Azteca 1.

Finalmente los dos noticieros presentan patrocinadores. Televisa tiene un patrocinador principal que es tequila *"Don Ramón",* mientras que en el caso de TV Azteca corresponde a la marca de relojes *"Nivada".*

En resumen los dos noticieros estelares más importantes de México tienen enfoques diferentes, el de Televisa es adecuado para los consumidores que les interese la situación mundial y que privilegien la información política, también es recomendable para quienes buscan saber lo esencial y no detalles de las noticia y quieren evitar opiniones. El de de TV Azteca va dirigido a personas que se interesan de manera casi exclusiva por asuntos nacionales y que les gusta contar con información amplia de lo que acontece, a su vez, que pretendan obtener otro tipo de información, la cual es brindada a través de las secciones especiales.

CAPÍTULO 4

CULTURA POLÍTICA Y AGENTES DE SOCIALIZACIÓN POLÍTICA

4.1 Cultura

La cultura política no es un tema reciente en la academia de ciencia política, su origen comenzó en 1963 cuando Almond y Verba hicieron su famoso estudio *The Civic Culture* sobre la cultura democrática, tomando 5 países para dicho estudio: Estados Unidos, Inglaterra, Italia, Alemania y México; trabajos posteriores[32] lo han criticado debido a la metodología que se utilizó, no obstante, The Civic Culture marca el inicio del estudio académico sobre la cultura política.

No hay sociedad sin cultura, eso es claro, debido a que es la ventana al mundo y el sello que distingue a cada una. La UNESCO propone que la cultura es el elemento que hace del hombre un humano[33]:

> La cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres

[32] García, Raymundo (2011). La Cultura Política en México. En Perspectivas Teóricas y metodológicas de la Cultura Política en México; Puebla, México: BUAP

[33] Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultuta (S/F). Líneas Generales. [en línea]. Paris, Francia. Consultado el 28 de febrero de 2015 de http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/

> específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden. (UNESCO S/F. Consultado el 28 de febrero de 2015 de http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/).

La relación que existe entre cultura y la formación del ser humano deriva del origen de la palabra misma: "Cultura deriva del latín *cultúra*, de colere: *cultivar, cultivo*. De acuerdo a su significado, en la antigüedad el término se refería *a la formación del hombre y su perfeccionamiento*, desde una posición fundamentalmente individual". (Coutiño Fabiola 2011:23)

La cultura determina en gran medida los hábitos, creencias e incluso valores de cada persona. Se puede distinguir a una persona asiática de un latino por su apariencia en primera instancia, pero las diferencias culturales son mucho más profundas porque no se limitan al color de la piel, cuando se relacionan las disimilitudes de alimentación, costumbres y lenguaje son mucho más relevantes que el aspecto físico.

> Aculturarnos o inculturarnos es dejarnos moldear por el medio. Si yo hablo español y tú japonés; si yo soy católico y tu sintoísta; si yo como chile picosos y tú chile dulce, es porque nuestras respectivas culturas nos han llevado a ello. (Rodríguez & Ramírez 2004:9)

La cultura tiene 5 elementos[34] específicos que son:

[34] Gómez, Eloy (S/F). Introducción a la Antropología Social y Cultural [en línea]. Santander, España: Universidad de Cantabria. Recuperado el 20 de agosto de 2015. Disponible en

1. Valores
2. Normas
3. Símbolos
4. Lenguaje
5. Creencias

Valores: La importancia que tienen los valores en la sociedad fue retomada por Katia A. Figueroa Rodríguez, Benjamín Figueroa Sandoval, Benjamín Figueroa Rodríguez, Francisco Hernández Rosas en el artículo Análisis de los valores que construyen la identidad del mexicano, quienes retoman a otros autores para concluir que:

> Los valores forman parte de la identidad de los grupos sociales que permite a las comunidades definirse a sí mismas sin que la identidad del grupo necesariamente elimine la percepción propia; finalmente, el individuo reinterpreta lo que recibe del exterior de acuerdo con sus propias experiencias personales y locales, lo que liga los valores con el territorio (Macías, 2007). En este sentido, los valores han sido relacionados por diversos autores con los estudios sobre las culturas nacionales, ya que aunque los humanos comparten los mismos valores, cada cultura tiene diferentes grados de expresión de los mismos (Inglehart *et al.,* 1998; Clarke y Micken, 2002).

Para conceptuar a los valores, son:

> Los valores son elementos dinámicos que definen una cultura en los diferentes campos, como la familia, la escuela, el trabajo, la diversión, el gobierno, la religión. Los valores condicionan en los individuos cientos de vivencias al día, que multiplicadas por nuestros

http://ocw.unican.es/humanidades/introduccion-a-la-antropologia-social-y-cultural/material-de-clase-1/pdf/Tema2-antropologia.pdf

> años de vida resultan en muchos en muchos millones de engramas que modelan el “carácter social”, el cual es el distintivo de cada comunidad humana. Por supuesto, el primer transmisor de la cultura es la familia. (Rodríguez & Ramírez 2004: 9).

Los valores son un elemento importante como cultura porque indican la escala de valores que se tiene, guía el comportamiento de una forma no escrita y muestra el ideal a ser como nación. Algunos determinan a una sociedad y al no cumplirlos se está faltando el respeto a uno mismo y a toda la familia, por lo cual se llevan a cabo de manera cabal por todos (o la gran mayoría), de los miembros del país, y son un elemento importante en el funcionamiento del sistema político.

Los valores son universales, eso es cierto, pero en distintos países se les da un lugar especial a cada uno. Mientras que uno de los valores más importantes de los mexicanos a nivel cultural es la solidaridad, en otros países más individualistas la solidaridad sí es valorada, pero no está en los primeros puestos en su escala de valores.

¿Cuáles son los valores de los mexicanos? Retomando la encuesta realizada por el Grupo Financiero Banamex-Accival, en la Tercera Encuesta Nacional de Valores de los Mexicanos. Estudios Económicos y Sociales de 1995 los mexicanos nos consideramos: Aguantadores, patriotas, alegres, sacrificados, humoristas, malinchistas, corruptos, generosos, humildes, responsables, violentos, dignos, confiables, fatalistas, limpios, perseverantes, reservados y veraces.

Eso explica por qué se permiten abusos de autoridad, mal uso de los recursos públicos, gestiones gubernamentales mediocres o malas, sin que

exista un castigo por parte de la sociedad, ya que el mexicano es aguantador, sacrificado y fatalista.

En lo político los valores que se mencionan son ser críticos, participativos, maduros, bien informados, independientes; sin embargo, lo que señalaron los mexicanos en ésa encuesta fueron sus antivalores, es decir, ingenuidad, indiferencia, desinformación y dependencia. Más del 50% manifestó ser indiferente frente a un poco más del 40% que dijo ser participativo, solo un poco más del 20% afirmó ser maduro en cuestiones políticas frente a un casi 80% que no lo es. Los dos más alarmantes corresponden a los que se dicen bien informados e independientes, el 20 % frente al 80% que es desinformado y manipulado. La única equilibrada fue el ser críticos, con un 50% que sí lo es frente a un 50% que dice ser ingenua. De ahí que el sistema político mexicano funcione diferente a su contraparte estadounidense, ya que los *inputs* que entran a la *caja negra* mexicana van cargados con valores distintos, a su vez la caja negra los procesa con otros valores.

Normas: Las normas son un elemento importante de la cultura porque establecen lo que está prohibido y permitido sobre temas específicos, las cuales la sociedad debe acatar esté de acuerdo con la norma o no, a diferencia de los valores con los cuales el castigo suele ser el rechazo social o moral las normas sí implican sanciones. Su definición es:

> Las normas son reglas de conducta que establecen obligaciones o deberes, así como prohibiciones; buscan propiciar comportamientos que favorezcan la vida en sociedad. Con el establecimiento de normas se pretende alcanzar valores de gran importancia en la vida social, como son la seguridad, justicia, igualdad, libertad y el bien común. Como las normas no siempre se respetan, es necesario aplicar sanciones a quienes dejan de cumplirlas […] Las normas protegen aquello que un grupo considera valioso; además, reflejan

> sus anhelos y preferencias colectivos. Por eso, se suele decir que detrás de las normas hay valores y aspiraciones de un grupo social o de la sociedad en general, según sea el caso (Consejo Nacional de Educación para la Vida y el Trabajo S/F. Consultado el 9 de marzo de 2015 de http://www.conevyt.org.mx/cursos/cursos/delito_v2/recursos/antologia/antologia_2.html).

Las normas están implicadas, por ejemplo, en la conducta a seguir en un hospital, en donde si una persona grita es razón suficiente para una llamada de atención y exigir la salida del lugar, en situaciones políticas como en elecciones o participaciones en debates. etc. Hay normas no escritas pero conocidas por todos los miembros de la sociedad en cada lugar y situación según la cultura.

Lenguaje: Es mucho más que un conjunto de signos

> Para que exista el lenguaje se requieren ciertos factores: de índole fisiológico –el organismo tiene que ser capaz de emitir sonidos–, de índole gramatical –el discurso tiene que poseer una estructura– , y de semántica –es imprescindible que la mente pueda entender lo que se habla y lo que se escribe–. (Ianinni, 2004:229)

Cuando se piensa en lenguaje lo normal es que se esté especulando en un idioma, sin embargo, el lenguaje va más allá de un conjunto de signos estructurados. El lenguaje está relacionado con el pensamiento.

> La existencia de una estrecha relación entre el pensamiento y lenguaje es un hecho fuera de discusión. Para darnos cuenta de ello, basta con tener presente una de las actividades que realizamos cotidianamente y que pone en manifiesto dicha conexión. Así,

> cuando hablamos, el lenguaje se convierte, en cierta forma, en vehículo del pensamiento y nos permite expresar nuestras propias ideas. Así mismo cuando pensamos, utilizamos el lenguaje […] (Ianinni 2004:239)

De ahí la importancia que tiene el lenguaje, es uno de los vehículos más importantes a través de los cuales se manifiesta y transmite la cultura.

Símbolos: A diferencia de las señales o signos los símbolos van acompañados de una carga emotiva, por eso son relevantes cuando se habla la cultura, ya que en su esencia va acompañado de sentimientos. “Cuando un signo no solo informa de un significado, sino que evoca valores y sentimientos, representando ideas extractas de una manera metafórica o alegórica, se conoce como símbolo” (Lucero, 2012: en línea).

Así la bandera mexicana para un mexicano no es solo tres franjas de colores con un águila, es el “*símbolo*” del lugar donde nacieron, es la representación pictórica de la esperanza, la paz y la sangre derramada por la independencia; es la unión del gran pasado mexica con el independentista y el presente; por lo cual no es solo una bandera, es *la* bandera.

> Lo simbólico de una representación es un valor no expreso, un intermediario entre la realidad reconocible y el reino místico e invisible de la religión, de la filosofía y de la magia; medida por consiguiente entre lo que es conscientemente comprensible y lo inconsciente. (Frutiger, 2005: 177)

Los símbolos que tiene México son los lábaros patrios: La bandera, el himno nacional, el escudo, la banda presidencial. Hay otros elementos que son símbolos dentro de la cultura mexicana como la Virgen de Guadalupe, el sombrero y el chile, son símbolos porque transmite emociones (La Virgen fe, el

chile valor o coraje), y en otras partes del mundo hay otras “Vírgenes” pero no evoca para los mexicanos el sentimiento de la “*Guadalupana*”.

Cada símbolo que se tiene como sociedad va acompañado de varios significados y emociones, así para los mexicanos comer picante es una señal de ser mexicano y de decir “no me rajo”, en otros países el picante no es tan consumido, y el hacerlo carece de valor. No se deja de ser francés porque no se disfruta del picante, mientras que “no eres mexicano si no comes chile”.

Creencias: Tomando el concepto de la Dra. Fabiola Coutiño, quien a su vez retoma la definición dada por la RAE, la creencia es darle firme asentimiento y conformidad con alguna cosa; completo crédito que se presta a un hecho o noticia como seguros o ciertos. A su vez, creer deriva de *credére*, tener por cierto una cosa que el entendimiento no alcanza o que no está comprobada o demostrada. La palabra proviene del latín credentia, crtedere, credentis. (Coutiño 2011:28). Creencia denota una idea que se toma como cierta, un paradigma, es decir, algo que no se cuestiona sin importar que no esté comprobado.

Las creencias son un elemento que forma parte de la cultura de cada nación porque son un sello distintivo de cada país, no se cree lo mismo en México que en Nueva Zelanda, así mientras los maoríes creen que si se besan en los labios se les puede salir el alma y prefieren rosar sus narices como muestra de afecto, en México no se cree en ello. En el ámbito de la política, si se cree que dar *mordidas* (ofrecer dinero a cambio de algún beneficio), es la manera más eficiente para agilizar un trámite, entonces el sistema las necesita para ser eficaz, mientras que si se cree que el sistema funciona por sí mismo y en caso de fallas se reportan el sistema no requiere de *mordidas.*

Las creencias pueden ir desde cosas simples de la vida cotidiana hasta supersticiones, cuestiones que van más allá de la vida y elementos mágicos.

En el caso de la cultura política en México existe la creencia de *"México mágico,"* es decir, la idea de que el dinero está por encima de la ley, por lo cual ante acontecimientos que no tienen explicación lógica dentro del marco jurídico se alude a esta creencia.

4.2 La Cultura Política

La cultura al ser tan amplia e importante en la formación del ser humano es relevante para la ciencia política, ya que como Almond y Verba supusieron hay elementos culturales que permiten un mejor desarrollo de los sistemas democráticos.

> La cultura política de una nación es la distribución particular de patrones de orientación sicológica hacia un conjunto específico de objetos sociales los propiamente políticos entre los miembros de una nación. Es el sistema político interiorizado en creencias, concepciones, sentimientos y evaluaciones por una población, o por la mayoría de ella.
>
> En última instancia, el referente central de la cultura política es el conjunto de relaciones de dominación y de sujeción, esto es, las relaciones de poder y de autoridad que son los ejes alrededor de los cuales se estructura la vida política (Peschard 2001:2).

Mientras que para Almond y Verba la cultura política es:

> El término cultura política se refiere a orientaciones específicamente políticas, posturas relativas al sistema político y sus diferentes elementos, así como actitudes con relación al rol de uno mismo dentro de dicho sistema […]. Es un conjunto de orientaciones con relación a un sistema especial de objetos y procesos sociales (Almond & Verba, 1963:30)

En cuestión de cultura política cada país cuenta con elementos característicos que la hacen diferente. Los elementos de la cultura política son:

1. Creencias
2. Costumbres
3. Tradiciones
4. Lenguaje cultura
5. Símbolos
6. Religión
7. Sistema político
8. Socialización Política
9. Agentes de socialización
10. Valores
11. Ciudadanos
12. Conocimientos Políticos
13. Participación Política

4.2.1 Creencias: Fue abordado con anterioridad.

4.2.2 Costumbres: Para Cicerón la costumbre es el derecho que a lo largo de un espacio de tiempo se convierte en obligatorio por la voluntad del pueblo, sin intervención de la ley (Lafourcade 2009. Consultado el 5 de marzo de 2015 de http://www.euskomedia.org/aunamendi/150120). Aunque está referida al ámbito jurídico es pertinente utilizarla para poder diferenciar de una manera más clara y sencilla las diferencias que existen entre ésta y el hábito. El hábito es algo

que se hace de manera "automática", la costumbre necesita un esfuerzo mayor, ya que no son acciones que se realicen de manera inconsciente, y el no realizarlas implica cierto rechazo de la comunidad. Por ejemplo, ser corrupto puede ser algo "natural" en la mayoría de los ciudadanos, no serlo no implica una deshonra; una costumbre en algunas zonas de Oaxaca son los matrimonios arreglados entre niñas y hombres, si una menor se resiste a esto es una vergüenza para la familia de la chica.

Es decir, un hábito son acciones que se repiten de manera automática por la población, mientras que las costumbres pueden ser hábitos si se repiten de manera automática, pero si no se lleva a cabo implica rechazo.

4.2.3 Lenguaje Cultural: En cada idioma hay expresiones idiomáticas que traducidas a otro idioma de manera literal carecen de sentido para quienes no forman parte o desconocen a dicha sociedad, por ejemplo, en inglés una expresión es *"not in my coup of tea"* cuya traducción sería *no en mi taza de té,* y se utiliza para expresar que los gustos de quien habla son diferentes a los del receptor, una frase común en español es "*mis pulgas no saltan en su petate"*, aunque ambas expresiones pueden usarse de forma similar en un contexto donde se comuniquen los gustos de los participantes su composición es completamente diferente.

En Inglaterra hay un fuerte consumo del té, es una costumbre, por lo cual dicha expresión tiene una carga cultural de una nación que degusta del té, mientras que en América Latina no, por lo cual es más lógico que se hayan usado las palabras petate y pulgas antes que la palabra té, lo cual muestra una segunda característica: el lenguaje es propio de cada país.

En México se habla español como en casi todo Latinoamérica, esto debido a la conquista española; sin embargo, hay modismos propios de cada

nación que lo hacen diferente; tales como *chévere, boludo*, etc. Así en Colombia se usa la palabra *cansona* para expresar lo que en México se podría decir con las palabras *chillona* o *molona.*

Hay otros elementos como las palabras que surgen de la mezcla de palabras autóctonas con español. Un elemento adicional pero muy distintivo es el acento que hay en cada país; de tal forma, que a pesar de que es el mismo idioma el que se habla en casi toda América Latina el lenguaje cultural es distinto .

Palabras como las "*juanitas"* (legisladoras que ceden su lugar a sus suplentes hombres poco después de asumir el cargo[35]), forman parte del lenguaje de la cultura política mexicana.

4.2.4 Tradiciones: El concepto de tradición es:

> Son costumbres, ritos, usos sociales, ideas, valores, normas de conducta, históricamente formados y que se trasmiten de generación a generación; elementos del legado sociocultural que durante largo tiempo se mantienen en la sociedad o en distintos grupos sociales. La tradición, es la expresión de una actividad que se ha repetido de generación en generación, y expresa un tipo específico de actividad acompañada de un vocabulario determinado, expresiones corporales, vestuario específico de un escenario participativo, de una fecha y se convierte en un elemento que aglutina a los grupos humanos, un elemento de participación cultural, sensibilidad y

[35] CNN México (2011, 15 de diciembre). *Los diputados aprueban reformas para prohibir a "juanitas", falta Senado*, [en línea]. México. Consultado el 19 de agosto de 2015. Disponible en http://mexico.cnn.com/nacional/2011/12/15/los-diputados-aprueban-reformas-para-prohibir-a-juanitas-falta-senado

> sentimiento de pertenencia (Macías, 2012. Consultado el 3 de abril de 23015 en http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1171/tradicion.html).

Las tradiciones son evidentemente un sello distintivo de la cultura de cada país a nivel internacional, porque engloban elementos característicos de cada nación, tales como artesanías, celebraciones y modos de vida. A diferencia de los hábitos que se hacen automáticamente y de las costumbres que si no se acatan implica un castigo social, las tradiciones dan un sentido de integración y de pertenecía.

La tradición tiene ocasiones específicas y eventos especiales (bodas, bautizos, sepelios, etc.), para manifestarse. Al ser transmitidas de generación en generación son un elemento integrador de hábitos y costumbres, por lo cual al analizar una tradición se puede conocer también las creencias, conocimientos y valores de la sociedad que la práctica.

En México una tradición es el día de muertos, se dice que es el único país que se burla de la muerte, sin embargo, esta tradición tiene razones que van más allá de lo que aparentemente se ve, porque tiene una carga indígena importante así como elementos de la conquista; también se puede ver elementos de la cultura mexicana como la indiferencia:

> Llama la atención el enfoque festivo y despreocupado que recibe la muerte: la catrina, la pelona, el patetas […]. El mexicano ve a la muerte como algo vivo. La indiferencia ante la muerte se nutre de la indiferencia del mexicano ante la vida; la vida lo ha curado de espantos. (Rodríguez & Ramírez, 2004 :41)

Tan solo con analizar una de las tradiciones mexicanas más importantes: El día de muertos, se ve uno de sus principales valores políticos: La indiferencia, ahí la vinculación entre tradiciones y cultura política.

4.2.5 Religión: En el ámbito de la ciencia política ha sido conceptuada como una de las estructuras institucionales que integran el sistema social (O´Dea, 1978:9), el cual busca siempre su equilibrio (Blancarte, 2000: 639).

La religión es un punto esencial en un país debido a que define cuestiones que van desde los días laborales hasta lo que es "correcto hacer". México oficialmente es una nación laica, así queda establecido en los artículos 24 y 130 constitucional, no obstante, aunque en la norma hay una separación Iglesia – Estado o Iglesia con cualquier actividad política, en la práctica la realidad es distinta.

La religión es un elemento constante en la vida de los mexicanos, es por ello que el 12 de diciembre es un día de fiesta nacional, es la razón por la que gran parte de las carnicerías no abren en los días de vigilia y es la norma por la cual se rigen muchos pueblitos.

En México la religión tiene particularidades muy importantes en la identidad misma del mexicano, incluso quien es ateo se encuentra con elementos que es imposible de ignorar, tales como el he de que el primer estandarte que se utilizó en la lucha independentista fue el de la virgen de Guadalupe, volviendo a estar presente con Carranza contra Victoriano Huerta o de manera más sutil cuando Fox llega a la presidencia, y más allá del escepticismo que la rodea[36], es indudable es que en México la religión tiene un papel determinante.

[36] Martín, Francisco (2011). *100 mitos de la historia de México*. México: Aguilar.

En los países en los que hay libertad de culto existe una religión predominante, sin embargo, hay diferencias importantes entre cada país y la fe que ahí se profesa, no es necesario comparar religiones radicalmente distintas como las monoteístas y politeístas, o incluso dentro de las monoteístas comparar el islam con el cristianismo, es suficiente con analizar la religión católica con la protestante.[37] Mientras que la primera va mucho más acorde con una democracia de tintes socialista, donde se privilegie la igualdad por encima de la libertad ya que "todos somos iguales ante los ojos de Dios"; además de que se favorece a los pobres pues "de ellos será el reino de los cielos"; la ética protestante simpatiza más con una democracia liberal, e incluso Max Weber analizó en 1903 la relación que existe entre ésta y el capitalismo, ya que en ella "Se recompensa con dinero al hombre que los complace" (Weber 1903: 101).

A partir de ahí se puede comenzar a encontrar razones de porqué a veces países con ciertas religiones tienen mayores recursos que otras, y aunque no se le puede atribuir como factor único sí es un elemento importante.

México a pesar de ser un país laico la gran mayoría de sus habitantes son católicos, según datos del INEGI en 2010 92.9 millones de mexicanos se declararon católicos, es decir, el 82.7% del total de la población, mientras que el 7.5% era protestante y solo el 4.5% manifestó no profesar ninguna religión,[38] es decir, de manera no oficial somos un país católico.

[37] Para más al respecto consúltese Weber, Max (1997*). Sociología de la Religión*. México: Coyoacán

[38] Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2012). *Conociendo México* [en línea]. Aguascalientes, México. Consultado el 3 de marzo de 2015 de http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/pais/mexcon/folleto_nacional_pliegos_baja.pdf

En el país la religión es un elemento que sobresale en la cultura mucho más que otros elementos; se ha convertido en un elemento que guía muchas de las costumbres y hábitos de los mexicanos, particularmente en zonas rurales, donde la vida de una persona es guiada por el calendario litúrgico y la mayor celebración del año es la del patrono de dicha comunidad. En el caso del Sureste mexicano se tiene casi el doble de confianza en la iglesia que en el gobierno según datos del IFE.[39]

La religión es un elemento presente en la vida política, para comprobarlo basta ver los mensajes de navidad que hacen la mayoría de los políticos, tanto poblanos como de toda la federación, para ejemplificarlo se revisó las cuentas de Twitter del Presidente y ex Presidente de la nación, ambos usaron la red social para transmitir un mensaje navideño a sus seguidores.

4.2.6 Sistema Político:

> Se refiere a cualquier conjunto de instituciones, de grupos y de procesos políticos caracterizados por un cierto grado de interdependencia recíproca. En la ciencia política contemporánea, sea como fuere, cuando se habla de "s. político" y de "análisis sistémico" de la vida política, se hace referencia a una noción y a un procedimiento de observación caracterizados por requisitos metodológicos específicos y por precisos ámbitos de uso (Bobbio 1982: 1464).

[39] Instituto Federal Electoral con la colaboración con el Colegio de México (2014*). Informe País sobre la Calidad de la Ciudadanía en México*. [en línea]. México, D.F. Consultado el 9 de mayo de 2015 de http://www.ine.mx/archivos2/s/DECEYEC/EducacionCivica/Informe_pais_calidad_ciudadania_IFE_FINAL.pdf

Los sistemas políticos lo son porque están compuestos de muchas partes que deben de funcionar de manera armoniosa para que se logre un resultado, el gobierno no es un solo ente indivisible, es un ente que está compuesto de muchas partes, algunas más grandes y notorias que otras, pero no por ello menos importantes, algunos de sus componentes son el poder ejecutivo, legislativo y judicial, el sistema electoral, la ciudadanía, etc.

En el capítulo 2 se abordó la teoría sistémica de Easton, aplicada a la ciencia política se tiene que la ciudadanía genera *inputs* (demandas), como lo son: seguridad, empleo, educación, salud, etc., dentro de la *caja negra* (el gobierno), se procesan y produce *outputs*, es decir, respuestas. Cada país responde de manera diferente a las demandas, por lo cual se convierte en un elemento importante de la cultura política. México es una nación democrática al igual que lo es Estados Unidos, no obstante, ambas naciones procesan las demandas con una velocidad y una lógica distinta, por ende el sistema político en cada nación es diferente en la práctica, ya que se inyectan elementos culturales que permiten acelerar o retrasar el funcionamiento de "la caja negra[40]".

Los elementos que componen al sistema tienen que estar organizados para que exista un resultado, lo cual se cumple en el sistema político, si las piezas que lo componen no funcionan de manera armoniosa el sistema se paraliza, un ejemplo, cuando el ejecutivo procede de un partido y el legislativo de otro muchas veces hay una parálisis del sistema, como cuando a Fox declaro que "*El presidente propone pero el legislativo dispone*".

[40] Para más información sobre la "caja negra", véase *Sistema Político.* En el Léxico de Política (p.682-686), México, D.F: Fondo de Cultura Económica.

4.2.7 Ciudadanos: Dieter Nohlen define al ciudadano de la siguiente manera:

> La totalidad de los miembros de un ente político común […] y su estatus como miembros de pleno derecho.
>
> La forma y el contenido del concepto de ciudadana/o corresponde a la función e importancia de la unidad política de que se trate. Es de fundamental importancia la pertenencia al Estado Nacional, regulada a través de la nacionalidad. La ciudadanía garantiza un status seguro, con los mismos derechos fundamentales civiles, políticos y sociales (igualdad ante la ley, libertad de conciencia, libertad de asociación, sufragio, derecho electoral) […], su adquisición está ligada a criterios estrictos (ascendencia, nacionalización), y no puede ser retirada (Nohlen 2006:203)

El concepto de ciudanía ha cambiado con el paso de los años, no es el mismo que se tenía en la democracia griega donde los ciudadanos eran una minoría de la población:

> Los ciudadanos eran una minoría de la población: hombres libres de más de 30 años cuyos padres fueran atenienses. Las mujeres, los esclavos, los niños, los jóvenes y los extranjeros o inmigrantes de primera generación quedaban excluidos del proceso democrático (Kelly 2013:36).

La idea que las sociedades modernas tienen hoy de ciudadanía es más universal, a pesar de que hay fuertes diferencias por país, así mientras que la ciudadanía se alcanza en la mayoría de los países a los 18 años, en naciones como Trinidad y Tobago la mayoría se alcanza desde los 12 años. Las diferencias pueden ir más allá y también pueden incluir razones de sexo y condiciones socioeconómicas. En México la delimitación del ciudadano queda plasmada en el artículo 34 constitucional, el cual versa:

> Artículo 34. Son ciudadanos de la República los varones y mujeres que, teniendo la calidad de mexicanos, reúnan, además, los siguientes requisitos:
>
> I. Haber cumplido 18 años, y
> II. Tener un modo honesto de vivir.
> (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, art. 34)

Sus derechos se encuentran en el art. 35 Constitucional, entre los cuales están votar y ser votado, el derecho de asociarse, entre otros más; mientras que el artículo 36 determina sus obligaciones, tales como votar y alistarse en la guardia nacional, por mencionar algunas. El artículo 37 establece las causas de la perdida de la nacionalización mexicana, sobresalen la aceptación de títulos nobiliarios y condecoraciones extranjeras sin permiso del ejecutivo federal. Finalmente, en el artículo 38 se establece la suspensión de los derechos o prerrogativas de los ciudadanos como lo es estar sujeto a un proceso criminal.

El debate sobre ciudadanía aún es relevante, especialmente en la unión europea, y en México aún se debate qué es un niño mexicano ante de los 18 años.

El concepto de ciudadanía es importante para la cultura política porque indica los derechos y obligaciones que se tienen con el sistema político, de tal forma que no es lo mismo ser un ciudadano en Trinidad y Tobago, donde se alcanza a muy temprana edad que en México o en Estados Unidos.

4.2.8 Participación Política:

Se utiliza generalmente para designar una serie de actividades: el acto del voto, la militancia en un partido político, la participación en manifestaciones, la contribución dada a una cierta agrupación política, la discusión de sucesos políticos, la participación en un comicio o en una reunión sectorial, […], Es fácil ver que este uso de la expresión refleja prácticas, orientaciones y procesos típicos de las democracias occidentales […].

Hay por lo menos tres formas o niveles de participación política que merecen ser ilustrados brevemente. La primera, que podemos designar con el término de *presencia*, es la forma menos intensa y más marginal de p. política; se trata de comportamientos esencialmente receptivos o pasivos como la presencia de reuniones, la exposición voluntaria a mensajes políticos, etc., es decir situaciones en las cuales el individuo no hace ninguna aportación persona. La segunda forma puede indicarse con el término *activación*: aquí el sujeto desarrolla, dentro o fuera de una organización política, una serie de actividades de las cuales es delegado permanente o de las cuales se encarga vez por vez o de las cuales puede ser él mismo promotor. Esta figura se da cuando se hace obra de proselitismo, cuando se hacen compromisos para trabajar en la campaña electoral, cuando se difunde la prensa del partido, cuando se participa en manifestaciones de protesta, etc. El término *participación*, entendido en sentido estricto, puede reservarse, finalmente, a las situaciones en las cuales el individuo contribuye directa o indirectamente en una situación política. Esta contribución se puede dar, por lo menos en lo que se refiere a la mayor parte de los ciudadanos, en forma directa solo en contextos políticos muy pequeños; en la mayoría de los casos la contribución es indirecta y se evidencia en la elección del personal dirigente, vale la pena decir del personal delegado por un cierto periodo de tiempo (Bobbio 1983: 1137).

La participación política es una de los elementos que se han considerado para determinar qué tipo de cultura política se tiene como nación, por lo que es de suma relevancia en el análisis de la cultura política, así mismo, las formas de participación que plantea Bobbio son importantes, puesto que no es lo mismo el ir a votar que involucrarse activamente en los procesos electorales o en el sistema político.

Es primordial para entender el funcionamiento de algunos sistemas políticos y las fallas del mismo en otro país. Culturalmente está ligado a elementos como las creencias que se tiene del propio sistema, si es transparente o corrupto, porque en el primero tiene sentido la participación, mientras que en el segundo no.

4.2.9 Conocimiento Político:

> Es la información que la gente tiene acerca de la política, la manera como funciona su sistema político y los eventos políticos mundiales. El conocimiento político es la parte de las cogniciones que implican lo que es conocido. El conocimiento político promedio de los ciudadanos de casi todos los países tiende a ser muy limitado. […]
>
> Sin embargo, el conocimiento político es necesario para hacer juicios políticos razonados. Para decidir por quién votar, qué políticas apoyar, cuáles programas de gobierno podrían ser benéficos y cuáles no; se necesita conocimiento acerca de los partidos, los candidatos, las políticas y los programas. De lo contrario, se crean las condiciones para que el público sea manipulado con relativa facilidad. (Diccionario Electoral INEP 2006. Consultado el 15 de marzo de 2015. Disponible en diccionario.inep.org/C/CONOCIMIENTO-POLITICO.html).

Los conocimientos que se tiene como sociedad son parte de la cultura como se analizó anteriormente, sin embargo, los conocimientos políticos son esenciales porque a su vez permiten la participación política.

Si un ciudadano desconoce las fechas de las elecciones cómo va a ir a votar, si no comprende las razones históricas por las cuales vive en una democracia presidencialista probablemente este molesto ante la rapidez de un sistema parlamentario de un primero encima de sus desiguales, no obstante, si conoce por qué se tiene dicho sistema puede no solo entenderlo y considerarlo la mejor opción, sino que es capaz de proponer alternativas viables para su mejora.

El conocimiento político es el arma que tienen los ciudadanos para exigir ante las instancias adecuadas sus derechos, así como para seguir y participar en el proceso que llevan, es por ello que lo considero como uno de los principales elementos para el correcto funcionamiento de un sistema político. Es muy importante porque va a ligado con la participación política y el nivel de la misma, a su vez que es un elemento relevante para determinar el tipo de cultura política existente en un país, y es el factor que estipula si un ciudadano es cognitivamente competente.

4.2.10 Socialización Política:

> Es el proceso a través del cual se configura la identidad política de los sujetos a partir del aprendizaje e interiorización de valores, símbolos y actitudes frente al universo político. Este proceso abarca todo el aprendizaje político formal e informal, de tal modo que se trata no solo del conocimiento explícito que los sujetos desarrollan sobre el sistema político, sino también los elementos que definen orientaciones, posiciones y conductas de manera general. Temas

> como la lealtad, el orgullo nacional, la obediencia a las normas cívicas y a las leyes, y la confianza de influir en el sistema político son ejes centrales de análisis de la socialización política. También cuestiones como el prejuicio racial, la identidad étnica o de clase y la tolerancia componen la amplia variedad de valores que son considerados temas por excelencia en el estudio de la socialización política (Calderón, 2000:695)

La socialización política es el proceso a través del cual se educa al ciudadano para participar en la vida política, este proceso incluye los sentimientos, las actitudes y orientaciones políticas, a pesar de que se considera a la infancia como la etapa más influyente, es un proceso que dura toda la vida.

El proceso de socialización política tiene elementos en común en cualquier país: La escuela, la familia, los medios masivos de comunicación, etc. Sin embargo, aunque los agentes socializadores son los mismos (familia y escuela principalmente), su cultura es diferente. Si los elementos fueran iguales el resultado sería el mismo, la socialización política sería igual y con la formación de ciudadanos con características similares a nivel mundial.

A pesar de que los agentes socializadores son los mismos lo que se transmite en cada país es distinto, aunque ambos tengan el mismo sistema político, esto es por los demás componentes de la cultura política, tales como las creencias, valores, costumbres, etc. Así por ejemplo, en relación al consumo de la información política, en Italia que junto con Portugal y Francia tiene el consumo de información más bajo de la Unión Europea (Meilán, 2010: 89), no se transmite la importancia de estar bien informados políticamente; en base a la tipología de Hallin y Mancini Italia corresponde al modelo Mediterráneo o Pluralista Polarizado (Meilán, 2010: 43). En Alemania el consumo no es solo muy superior al italiano, se enseña la relevancia de estar

informado políticamente y se privilegia el consumo de la prensa escrita “Pese a la televisión, el radio de influencia de los diarios alemanes es de más de un 70% y ponen sobre la mesa temas para el debate político” (Jofré, 2013. Consultado el 28 de julio de 2015 en www.abc.es/internacional/20130905/abcp-elecciones-alemania-prensa-2010130905.html), retomando a Hallin y Mancini Alemania pertenece al Modelo del Norte y Centro de Europa o Corporativista Democrático. Ambos países tienen muchas características en común, son Repúblicas Parlamentarias, las dos son miembros de la Unión Europea y eligen a sus representantes mediante el voto, pero la socialización política es diferente.

La socialización política determina hasta qué punto el ciudadano participará en los procesos electorales, en la designación de los candidatos y en el seguimiento que harán del trabajo que realizan los funcionarios públicos; así como los juicios de valor para determinar si están o no cumpliendo con su deber, por lo cual es un tema fundamental en el análisis de la cultura política, ya que en este proceso se forma en gran medida el tipo a cultura política a tener.

Otro elemento fundamental en los estudios de cultura política son los agentes de socialización.

4.2.11 Agentes de socialización política:

La socialización política es un proceso en el cual se va moldeando al individuo con los valores, normas, actitudes y orientaciones para vivir en un sistema político, comienza en la infancia, siendo esta su etapa más importante, pero dura toda la vida. Dicho proceso no se lleva acabo de manera autónoma es moldeado y dirigido por agentes, siendo los más trascendentales la familia y la

escuela, no obstante, se han considerado los medios de comunicación masiva y en la edad adulta a los compañeros del trabajo.

Al respecto de la socialización política Bobbio comenta:

> Si la infancia y la adolescencia son los periodos cruciales del aprendizaje político, en adelante las influencias y los ambientes de interacción más importantes a los efectos de su evolución serán los típicos y privilegiados de estos estadios de vida. Las investigaciones de socialización política han considerado sobre todo la influencia de la familia y de la escuela y con menos frecuencia, el impacto de otros agentes socializadores, como por ejemplo, el grupo de los pares. La familia ha sido con mucho la institución más influyente para la formación de la imagen de la sociedad de los individuos y de su manera de comportarse en relación con las instituciones políticas. De ahí que por medio de la familia el individuo recibe su primera, y decisiva, colocación social […] (Bobbio año 1516)

La familia es definida como la forma más pequeña de unión social; es también considerada frecuentemente como fundamento de la sociedad misma (Dieter 2006: 601)

> Para Rosario Esteinou la familia nuclear (padres e hijos) es una institución universal en tanto que constituye la unidad básica de los sistemas de parentesco y de las sociedades (Esteinou, 2000: 232); mientras que para Lévi-Strauss la familia tiene 3 características: 1) tiene su origen en el matrimonio; 2) está formada por el marido, la esposa y los hijos nacidos del matrimonio, aunque es concebible que otros parientes encuentren su lugar cerca del grupo nuclear, y 3) los miembros de la familia están unidos por lazos legales, derechos y

> obligaciones económicos, religiosos y de otro tipo y una red precisa de derechos y prohibiciones sexuales, más un grado variable y diversificado de sentimientos como amor, respeto y temor (Esteinou, 2000:233).

La familia es un agente socializador por excelencia, pues es ahí donde el ser humano adquiere gran parte de sus capacidades sociales. Es el hilo conductor donde se transmiten componentes importantes de la cultura política tales como valores, tradiciones, costumbres, religión, etc.

La escuela es definida en el ámbito de la Ciencia Política como el conjunto de personas que en una determinada rama del conocimiento o del arte coinciden en determinados aspectos esenciales; Conjunto de caracteres comunes en una rama del saber o del arte que distingue a las obras de una determinada época o región (Serra, 1998: 428). Las escuelas están reguladas en el artículo 73 constitucional.

Al respecto de la escuela Bobbio comenta:

> Las razones particulares aducidas para sostener el papel político de la escuela son múltiples. En primer lugar se aduce que la escuela proporciona algunos conocimientos técnicos esenciales para dar significado y coherencia a los símbolos y a las imágenes de la política y obtener habilidades suficientes como para moverse y actuar en un universo complicado como es el de la política moderna. Cierto que tales conocimientos y habilidades se pueden adquirir también en otra parte y de otro modo, pero la escuela es la institución especializada con este objetivo y para gran parte de la población no hay otra alternativa. En segundo lugar, la institución escolar es un ambiente social donde los niños y los muchachos pasan gran parte de su jornada y donde además tienen lugar múltiples experiencias de

> interacción que no pueden dejar de tener cierta influencia también sobre la formación de las orientaciones políticas. Finalmente, todos los sistemas de instrucción pública tienen entre sus tareas la de transmitir a los alumnos los conceptos y los valores fundamentales del ordenamiento político, ya sea mediante programas de educación cívica adecuados, sea por medio de ceremonias, rituales y comunicaciones de significado político más o menos explícito […]. Y se ha visto que la escuela –especialmente cuando el ambiente familiar no proporciona ocasiones favorables para el surgimiento de orientaciones políticas precisas– puede quizá promover directamente una mayor información, un mayor sentido de eficacia política y el inicio de un interés personal por la política (Bobbio 1983:1517).

La escuela es un elemento importante, ya que al igual que la familia transmite valores, costumbres, tradiciones y en muchos casos religión, sin embargo, hay que considerar que cada colegio es un agente socializador distinto en función a la clase social a la que va dirigido, así una institución privada transmite información política diferente a los de una escuela católica privada y ésta a su vez difiere de la escuela pública[41].

El colegio es importante porque es el lugar donde ocurre el primer contacto que tiene el niño con otros infantes, y por ende donde aprende normas de convivencia y de respeto fundamentales para vivir en sociedad.

Como un agente socializador con menor impacto se ha considerado a los medios masivos de comunicación. El primer estudio que consideró a la televisión como agente socializador se realizó en 1959 por Klapper, sin embargo, “solo se consideró escasa e inferencialmente la contribución de los medios masivos a la socialización política” (Kraus & Davis 1991: 24). Hoy en

[41] Para más información respecto al tema consúltese Segovia, Rafael (1975). *La Politización del niño mexicano*. México: El Colegio de México.

día es pertinente volver la mirada en la investigación académica para cuestionarse el rol que tienen los medios masivos de comunicación como elemento socializador, ya que si se les ha dotado de un poder excesivo para regular comportamientos y la imagen de las personas a través de los denominados estereotipos, entonces porqué se les excluye en el análisis sobre el comportamiento político.

La televisión abierta en México sí es agente un agente de socialización política porque transmite elementos de la cultura política relevantes, como lo son los valores a través de sus telenovelas, con base a lo "bueno" que manejan los protagonistas y lo "malo" de los antagonistas; motiva la participación o la desalienta si en los programas de concurso se anima a participar o no, o bien con el hecho de hacer sentir a la audiencia que su opinión es importante; incluso se vuelve un transmisor de la religión católica con programas como "*La Rosa de Guadalupe*" y "*A cada quien su Santo*".

No solo transmite valores en el ámbito social, sino político, de tal forma que si el comunicador del noticiero estelar muestra rechazo ante la corrupción o más bien indiferencia se instruye si se debe de indignar o resignar; por consiguiente si un niño se queda a merced de la pantalla como principal entretenimiento mientras los padres trabajan, es de la televisión donde se forjará la idea de qué es correcto y qué no, de lo que es justo y lo injusto, y de los valores sociales y políticos.

En el caso mexicano debe tener un papel de primera importancia en el análisis de la socialización política, inicialmente por el impacto social que tiene y su cobertura, lo que la convierte en el principal medio a través de la cual el ciudadano promedio adquiere el conocimiento político, de ahí la relevancia de volver a considerar a la televisión como un agente importante en la socialización política.

Nota Metodológica: Para conocer si la televisión es un agente de socialización política en el municipio de Puebla se realizó una encuesta considerando a los habitantes del municipio cuya la población es de 1539 819 habitantes. Se utilizó la técnica de muestreo de Barroco Sáiz, una técnica adecuada, utilizada y propuesta para los estudios sobre cultura.

Al ser una población de tantos habitantes se considera infinita, ya que es mayor a 100 000 entidades, así mismo, se utilizó un coeficiente de fiabilidad de 95.5%.

Coeficiente de confianza: 95.5%

p= 50%

q= 50%

E= 5 %

Para la presente muestra se considera que p y q tienen la misma probabilidad.

Para poblaciones infinitas con un coeficiente de confiabilidad de 95.5% la fórmula es:

$$n = \frac{4pq}{E^2}$$

Sustituyendo los valores queda de la siguiente manera:

$$n = \frac{4 * 50 * 50}{5^2} = \frac{10000}{25} = 400$$

Resultando que para el estudio se deben de aplicar 400 encuestas, su aplicación se hizo de manera aleatoria en distintos puntos. El municipio de Puebla cuenta con 17 juntas auxiliares y se eligió a 7 de ellas, para dicha

selección se acomodó por orden alfabético y se seleccionó una cada 2, resultando las siguientes:

- Ignacio Zaragoza
- La resurrección
- San Baltazar Campeche
- San Felipe Hueyotlipan
- San Jeronimo Caleras
- San Pablo Xochimehuacan
- San Sebastián de Aparicio

Se les cuestionó a los ciudadanos ¿cuánto consideraban que la televisión había influenciado en su educación? De los 400 encuestados 349 afirmaron que la educación sí había influenciado en ellos, frente 51 que consideraron que la pantalla no participó en su formación.

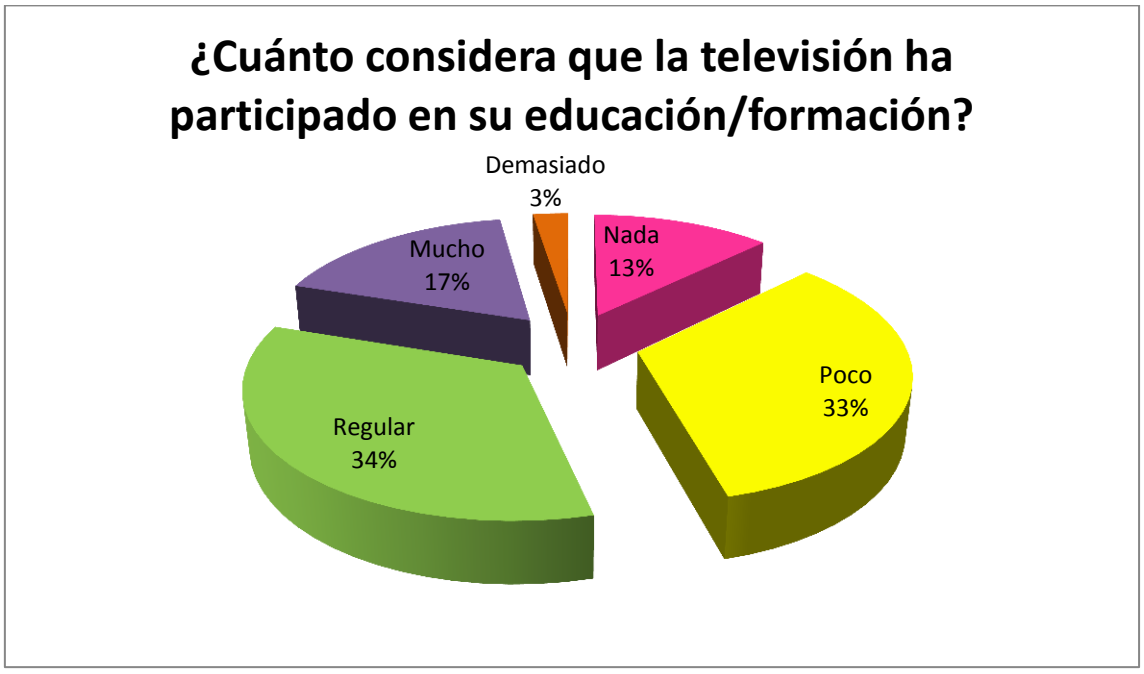


Gráfico 2. Ciudadanos que consideran que la televisión ha participado en su educación.

Esto permite ver que los ciudadanos sí son conscientes de que la televisión participa en su educación/ formación, futuras investigaciones serán de utilidad para ver de qué manera participa.

Los medios de comunicación fueron considerados por Almond y Verba en su estudio sobre la cultura política, estando presente en el cuestionario y cuestionándose incluso el tipo de medio qué se consultaban.

4.3 Tipos de Cultura Política

La cultura política tiene los elementos antes mencionados, sin embargo, está compuesta a su vez por una serie de orientaciones de tipo cognitivo y afectivo, así como las evaluaciones que la sociedad hace al sistema político, de tal forma que la evaluación la hará en base a los valores, conocimientos, etc. que tenga.

Se retomó el estudio de Almond y Verba debido a que fue la primera investigación sobre cultura política, así mismo, se consideró a México por lo que se tiene un antecedente directo del tipo de cultura existente.

> La cultura política se constituye por la frecuencia de diferentes especies de orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas hacia el sistema político en general, sus aspectos políticos y administrativos y la propia persona como miembro activo de la política. (Almond & Verba 1963: 34)

Así se llega a una tipología en la cual hay tres tipos puros:

> Cultura política parroquial: En estas sociedades no hay roles políticos especializados: el liderazgo, la jefatura del clan o de la tribu, el "chanismo", constituyen roles difusos de tipo político-económico-religioso y para los miembros de estas sociedades, las orientaciones políticas hacia dichos roles no se hallan separadas de sus orientaciones religiosas y sociales. Una orientación parroquial supone también la ausencia relativa de previsiones de evolución iniciadas por el sistema político. El individuo, en este caso, no espera nada del sistema político […]. En esta clase de sistema político, los emisarios especializados del gobierno central apenas rozan la conciencia de los habitantes de ciudades y pueblos y de los componentes de la tribu. Sus orientaciones tendrían a ser indiscriminadamente de tipo político-económico-religioso. (Almond & Verba 1963: 34-35)

Un segundo tipo es la cultura de súbdito.

> La cultura política de súbdito: El segundo tipo principal de cultura política […]. Hay aquí gran frecuencia de orientaciones hacia un sistema político diferenciado y hacia los aspectos administrativos del sistema, pero las orientaciones respectos específicamente políticos y hacia uno mismo como participante activo se aproximan a cero. El súbdito tiene conciencia de la existencia de una autoridad gubernativa especializada; está efectivamente orientado hacia ella […]. Pero la relación se da con el sistema en un nivel general y respeto al elemento administrativo, o "corriente inferior" del sistema político; consiste, esencialmente, en una relación pasiva, aunque se dé […] una forma limitada de competencia, que es idónea para esta cultura de súbdito. (Almond & Verba 1963: 35-36)

> Estamos hablando de nuevo de una pura orientación subjetiva que se dará de un modo preferente en una sociedad donde no existe estructura política diferenciada. La orientación del súbdito en

> sistemas políticos que han desarrollado instituciones democráticas, será afectiva y normativa antes cognitiva (Almond & Verba 1963: 36)

El tercer tipo puro es la cultura política participante:

> La cultura política participante: La tercera clase principal de cultura política, la cultura de participante, es aquella en que 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: en otras palabras, hacia los dos aspectos *input* y *output* del sistema político. Los diversos individuos de este sistema político de participación pueden hallarse orientados favorable o desfavorablemente hacia las diversas clases de objetos políticos. Tienden a orientarse hacia un rol activo de su persona en la política, aunque sus sentimientos y evaluaciones de semejante rol pueden variar desde la aceptación hasta el rechazo total (Almond & Verba, 1963: 36)

Esta clasificación es de tipos ideales, sin embargo, lo normal es que existan culturas políticas mixtas.

> Ya hemos indicado que todas las culturas políticas (exceptuando las que son sencillamente parroquiales) son mixtas. Y así, una cultura de participación contiene individuos orientados como súbditos y parroquiales; y una cultura de súbditos albergará también algunos parroquiales. Utilizamos el término culturas políticas "sistemáticamente mixtas" para referirnos a aquellas en que hay proporciones importantes de ambas pautas, más simples y más complejas de orientación (Almond & Verba, 1963: 39).

Resultando en 3 tipos de culturas políticas mixtas:

La cultura parroquial de súbdito: Se trata de 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 (Almond & Verba, 1963: 40).

La cultura súbdito-participante: El modo como se realiza el paso de una cultura parroquial a otra de súbdito, afecta, en gran medida, a la manera como se pasa de una cultura de súbdito a otra de participación […]. En el paso de una cultura de súbdito a otra de participación, las autonomías parroquiales y locales, si sobreviven, pueden contribuir al desarrollo de una infraestructura democrática […]. En la cultura mixta de súbdito y participación, una parte sustancial de la población ha adquirido orientaciones políticas (inputs) 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 y posee un conjunto relativamente pasivo de auto-orientaciones (Almond & Verba 1963: 41- 42).

La cultura parroquial-participante: En la cultura parroquial participante nos encontramos con el problema contemporáneo de desarrollo cultural en muchas de las naciones incipientes. En la mayor parte de estos países, la cultura política es predominantemente parroquial. Las normas estructurales que se han introducido suelen ser de participación; para que exista una congruencia, por tanto, exigen una cultura de participación. De este modo, el problema consiste en desarrollar simultáneamente orientaciones especializadas, políticas (inputs) y administrativas (outputs). No es sorprendente que la mayoría de estos sistemas políticos, siempre amenazados por la fragmentación parroquial, se balanceen como acróbatas en la cuerda

> floja, inclinándose precisamente unas veces hacia el autoritarismo y otras hacia la democracia. (Almond & Verba, 1963: 43).

Sin embargo, el libro se llama The Civic Culture, es decir, la cultura cívica, la cual es:

> No es una cultura moderna, sino una mezcla de la modernización con lo tradicional […]. Al contener las otras dos culturas, la científico y la humanística-tradicional, las capacita para la mutua influencia e intercambio, sin que se destruyan ni polaricen una frente a otra […]. La cultura democrática o cívica surgió como un modo de cambio cultural "económico" y humano. Sigue un ritmo lento y "busca el común denominador".

La conclusión de Almond y Verba para el caso mexicano fue la siguiente:

> Lo más sorprendente en la pauta mexicana de cultura política han sido los desequilibrios e inconsistencias lógicas. México es el país con el nivel más bajo, entre las cinco naciones, en cuanto a la frecuencia con que se atribuye importancia y significado al Gobierno y en las expectativas de sus ciudadanos respecto a un trato igualitario y considerado por parte de la burocracia y la policía. Al mismo tiempo, la frecuencia con que los mexicanos expresan su orgullo por su sistema político es considerablemente superior a la de alemanes e italianos. Y como materia de este orgullo tienen tendencia a destacar la revolución mexicana y la institución presidencial. Además, el sentido de participación que existe se presenta relativamente independiente del sentido de satisfacción por la actuación administrativa (output) del Gobierno. […], los mexicanos con un alto sentido de competencia subjetiva no están más inclinados que los de baja competencia a valorar favorablemente las realizaciones gubernamentales, aunque sí estén más dispuestos a

expresar un afecto general por el sistema. En México, por tanto, la orientación del participante parece haber superado la orientación del súbdito y el rol de participante tiende a aislarse del sentido de lealtad en el sentimiento del súbdito […].

La revolución mexicana de 1910 representó la ruptura con el pasado, pues el Gobierno empezó a influir sobre la población material y positivamente. Pero persisten la corrupción y el espíritu autoritario […].

Hay otra inconsistencia sorprendente en los datos mexicanos: una elevada frecuencia en la competencia política subjetiva se halla vinculada a la frecuencia más baja entre los cinco países en cuanto a la realización política (medida por los índices de información política, integración en asociaciones voluntarias y actividad política). Por una parte, los mexicanos han sido expuestos una ideología revolucionaría, que concede un alto valor a la participación política. La exposición a tales normas puede crear una tendencia a la sobreestimación de la propia competencia; una tendencia a confundir las aspiraciones con las realidades. Por otra parte, el elevado índice de movilidad social en México, las pautas discontinuas de socialización vinculadas a dicha movilidad y los conflictos de valores resultantes dan como resultado una gran frecuencia de crisis de identidad personal […]. Los aspectos personales de esta movilidad son el conflicto de valores y una frágil estimación propia, que lleva a sobre e infravaloraciones típicas de la propia personalidad. Esto puede explicar la inconsistencia lógica de las respuestas mexicanas: elevada apreciación de la propia competencia, unida a inadecuación cognitiva e inexperiencia política.

Sin embargo, estas tendencias cívicas aspirativas en la cultura política mexicana son una prueba importante de que la aspiración democrática de la revolución mexicana y la élite política poseen pleno sentido para la población (Almond & Verba, 1963: 467-469).

4.4 Tipo de Cultura Política en Puebla de acuerdo al consumo de la Televisión

Debido a que la cultura política está formada por orientaciones afectivas, cognitivas y evaluativas para conocer qué tipo de cultura política hay detrás de la televisión de paga y abierta se realizó una encuesta, en la cual se les preguntó a los ciudadanos si ven televisión, qué canales ven, si cuentan con un servicio de televisión de paga, las razones por las cuales sintonizan dichos canales, así como las orientaciones afectivas y cognitivas sobre el sistema político, retomando preguntas del cuestionario de Almond y Verba y otras propias.

Nota metodológica: La presente investigación se realizó considerando a los habitantes del municipio de Puebla, por lo cual la población es de 1539 819[42] habitantes. Se utilizó la técnica de muestreo de Barroco Sáiz, una técnica adecuada, utilizada y propuesta para los estudios sobre cultura.

Al ser una población de tantos habitantes se considera infinita, ya que es mayor a 100 000 entidades, así mismo, se utilizó un coeficiente de fiabilidad de 95.5%.

Coeficiente de confianza: 95.5%

p= 50%

q= 50%

E= 5 %

[42] Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). *Número de habitantes por entidad*. [en línea]. Aguascalientes, México. Consultado el 25 de abril de 2015. Disponible en cuéntame.inegi.org.mx/monografías/información/pue/población/default.aspx?tema=me&e=21

> P y q son dos valores, p y q que sumados dan como resultado 100%. Se pueden obtener a partir de una encuesta piloto que puede ser tomada en 100 a 200 entidades. Cuando no es posible, sobre todo por cuestiones financieras, hacer esa encuesta piloto, entonces se asigna un valor de 50 a cada una de las proporciones (Sánchez, 2011: 105).

Para la muestra se considera que p y q tienen la misma probabilidad.

Para poblaciones infinitas con un coeficiente de confiabilidad de 95.5% la fórmula es:

$$n = \frac{4pq}{E^2}$$

Sustituyendo los valores queda de la siguiente manera:

$$n = \frac{4 * 50 * 50}{5^2} = \frac{10000}{25} = 400$$

Resultando que para el estudio se deben de aplicar 400 encuestas, su aplicación se hizo de manera aleatoria en distintos puntos. El municipio de Puebla cuenta con 17 juntas auxiliares y se eligió a 7, para dicha selección se acomodó por orden alfabético y se seleccionó una cada 2, resultando las siguientes:

Ignacio Zaragoza

La resurrección

San Baltazar Campeche

San Felipe Hueyotlipan

San Jeronimo Caleras

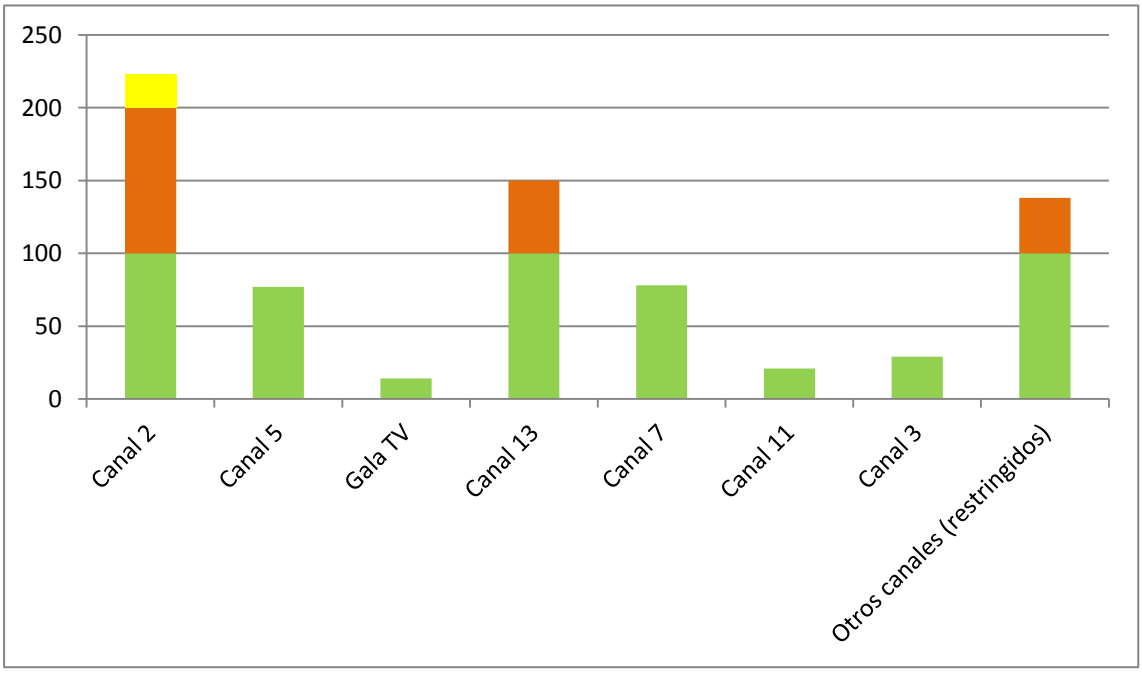
San Pablo Xochimehuacan

San Sebastián de Aparicio

4.4.1 Tipo de Cultura Política en la Televisión Abierta

La televisión abierta en México es dominante, pues incluso quienes afirman tener un sistema de televisión de paga siguen sintonizando los canales de Televisa y TV Azteca.

El 39% de los encuestados afirmó que no contaba con ningún sistema de televisión de paga, lo que los convierte en una minoría, sin embargo, la televisión abierta sigue dominando la pantalla, ya que al cuestionarles los canales que suelen sintonizar fueron el canal 2 (de las estrellas), y el canal 6 (azteca trece), los que predominaron, incluso para quienes cuentan con televisión de paga.



Gráfica 3. Consumo en los canales de televisión abierta en el municipio de Puebla.

Canal 2: 223 menciones

Canal 5: 77 menciones

Gala TV: 14 menciones

Canal 13: 150 menciones

Canal 7: 78 menciones

Canal 11: 21 menciones

Canal 3: 29 menciones

Otros canales (restringidos): 138

A pesar de que existen nuevos servicios de triple play que permiten que un mayor número de poblanos puedan pagar los servicios de la televisión de paga, los consumidores continúan sintonizando a las dos televisoras más grandes del país.

La presente investigación supone que hay diferencias entre quienes solo sintonizan televisión abierta y quienes cuentan con algún sistema de televisión de paga, para indagar el tipo de cultura política que hay se tomaron en cuenta las 3 orientaciones que Almond y Verba consideraron esenciales para determinar el tipo de cultura política: La cognitiva, la evaluativa y la afectiva, sobre el sistema como objeto en general, los objetos políticos, los objetos administrativos y uno mismo como participante.

Inicialmente los teóricos de *The Civic Culture* partieron de que una cultura política es general en una nación y que hay subculturas, establecieron diferencias considerables en cada nación en base a variables económicas y educativas, en esta tesis se pretende hacer lo mismo, pero con la variable del agente socializador televisión.

1. Orientación Cognitiva

Para medir la capacidad cognitiva se indagó si veían noticieros, ya que es la principal fuente de información política, se parte del hecho que si suelen ver

noticieros tienen un conocimiento (aunque sea básico), del gobierno, de sus actores e instituciones. El 88.59% de los encuestados afirmó que sí ve noticieros, por lo cual las personas que no cuentan con algún sistema de televisión restringida sí se interesan por los asuntos públicos.

Gráfica 4: Consumo de noticieros por parte de los usuarios de televisión abierta.

Las personas pueden ver noticieros como parte integrada a su rutina, es decir, mientras come, al llegar de la oficina y lo hace de manera continua, sin embargo, si una persona lo hace de manera ocasional o en eventos especiales es evidente que su interés y conocimiento político no será el mismo, por lo cual se indagó con qué frecuencia ven noticieros. Del 88.59% que afirmó ver noticieros el 11.94% lo hace diariamente, el 22.01% los ve de lunes a viernes, mientras que el 33.96% suele informarse de dos a tres veces por semana, en tanto que el 16.35 % solo consume noticieros una vez a la semana. Se cuestionó si veían telediarios solo los fines de semana ya que en televisión abierta TV Azteca ofrece esa posibilidad con *Hechos Sábado,* resultando que el 2.50% lo consulta. Finalmente, el 13.20% ve noticieros en eventos o días especiales, como lo es una contingencia, un desastre natural o bien ante un escándalo.

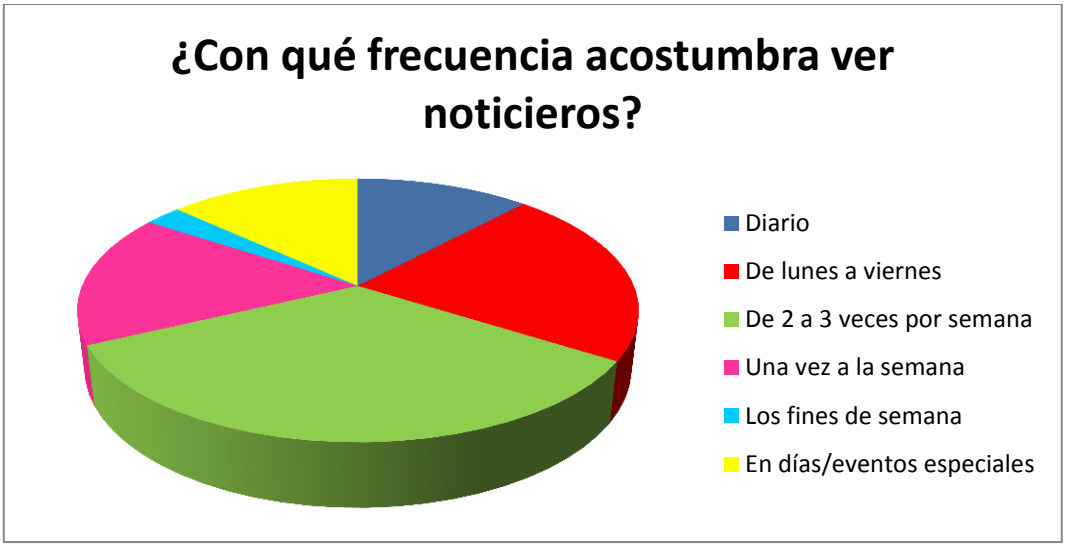


Gráfico 4.1. Frecuencia en el consumo de noticieros por parte de los ciudadanos que solo cuentan con televisión abierta.

Se consideró como ciudadanos constantemente informados en asuntos políticos aquellos que ven noticieros diariamente o de lunes a viernes, frecuentes a quienes los consultan de 2 a 3 veces por semana y los fines de semana; ocasionales a los que solo ven noticieros una vez a la semana, y finalmente esporádicos a quienes los ven en días/eventos especiales, de tal forma que el 33.95% se informan de manera constante, son frecuentes consumidores de información política el 36.46% de los ciudadanos que ven televisión abierta, mientras que los que consultan los noticieros de manera ocasional son el 16.35%, en tanto que el 13.20% son esporádicos consumidores de telediarios.

Se buscó encontrar diferencias no solo en la frecuencia del consumo de información política, sino en todo el consumo, puesto que quien no ve noticieros o los ve ocasionalmente puede ser un ciudadano que no utiliza la televisión como principal fuente de información política, siendo los periódicos, la radio u otro medio su opción favorita para informarse.

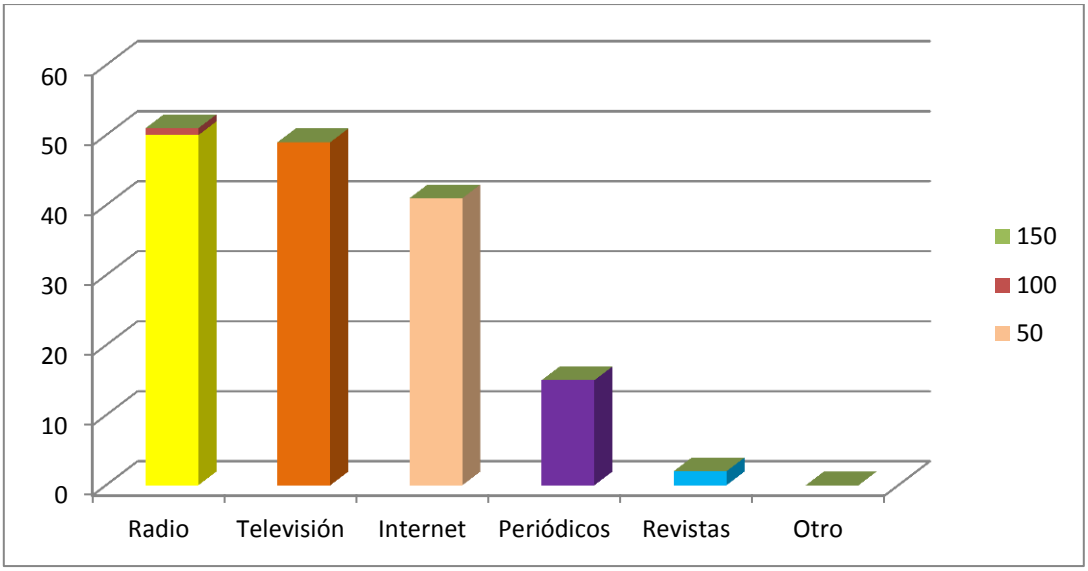


Gráfico 5. Medio de comunicación favorito para obtener información política, por parte de los ciudadanos que solo consumen televisión abierta.

Las personas que no cuentan con algún sistema de televisión restringida suelen utilizar como principal fuente de información política la radio, muy seguida de la televisión, con tan solo 2 puntos de diferencia, lo cual se entiende debido a que en la radio se da prioridad a temas de la agenda pública local y tiene un bajo costo.

El aspecto de la competencia es de suma relevancia, pues indica si el ciudadano se cree capaz de cambiar la situación política.

> Los ciudadanos, por consiguiente, pueden considerarse competentes en cuanto a ciudadanos o en cuanto a súbditos. En cuanto a ciudadanos competentes se dan cuenta de que son capaces de cambiar el curso de las decisiones gubernativa mediante la influencia política: formando grupos, amenazando con retirar su voto o con otras represalias. En cuanto a súbditos competentes se dan cuenta de que pueden recurrir a

un conjunto de reglamentos regulados y ordenados en sus tratos con las autoridades administrativas (Almond & Verba, 1963: 254).

Para determinar si los habitantes mayores de 18 años del municipio de Puebla que no cuentan con algún servicio de televisión de paga son ciudadanos competentes o súbditos competentes, sin aplicar las 129 preguntas bases del cuestionario con sus correspondientes incisos, ya que tanto por razones técnicas como por el hecho de ser una tesis individual de licenciatura era poco conveniente, se optó por eliminación, si creen que pueden influir en el ámbito político son ciudadanos competentes, de lo contrario no lo son, y en caso de que consideren que sí pueden influir de qué manera lo harían, si es por asociación, protesta, etc. Para determinar si es mediante un comportamiento de ciudadano o de súbdito se retomaron algunas de las preguntas del cuestionario aplicado en 1963. Ambas preguntas miden lo que Almond y Verba denominaron competencia subjetiva, ya que es lo que creen que podrían hacer, más no lo que hacen o han hecho.

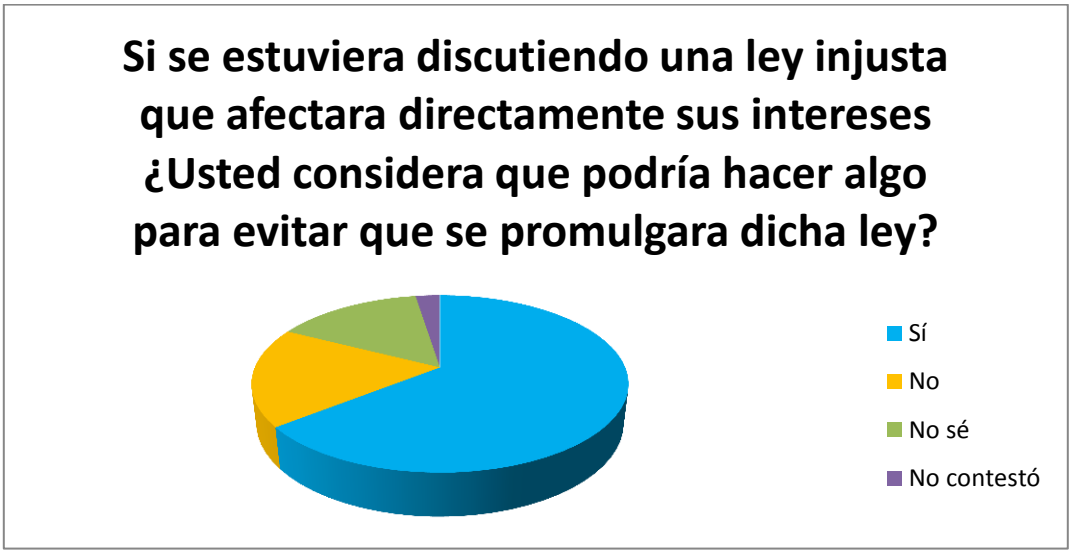


Gráfico 6. Competencia subjetiva de los ciudadanos con televisión abierta en el municipio de Puebla.

Se concluye que los ciudadanos que solo consumen televisión abierta en Puebla Capital sí son ciudadanos subjetivamente competentes, porque se auto perciben capaces de influir en las decisiones políticas. También merece consideración saber de qué manera usarían su influencia, se les brindó 3 opciones y la opción *otro* con la finalidad de que escribieran qué harían, la primera y la segunda corresponden a un ciudadano competente, mientras que la tercera es afín a un súbdito competente, la cuarta tuvo la intención de equilibrar y saber qué otros caminos podría abrir un ciudadano.

Gráfico 6.1. Acciones que emprenderían los ciudadanos del municipio de Puebla en caso de que se estuviera discutiendo una ley injusta.

Los datos indican que son más ciudadanos competentes que súbditos, pues el 95.58% afirmó que protestaría o se asociaría con personas que tuvieran el mismo interés, mientras que solo el 4.41% asumiría una vía acorde con el súbdito.

Un elemento fundamental para determinar el tipo de cultura política es la participación porque:

> El ciudadano, a diferencia del súbdito, es un participante activo en el proceso político *"input"* –el proceso por el que se realizan las decisiones

políticas. Pero el rol del ciudadano, como hemos apuntado, no sustituye el de súbdito ni el parroquial: Está añadido a éstos. (Almond & Verba, 1963: 195)

La participación es un elemento relevante porque cuando es baja hay una orientación de súbditos, mientras que cuando se participa se asume que se tiene un papel importante dentro de la democracia.

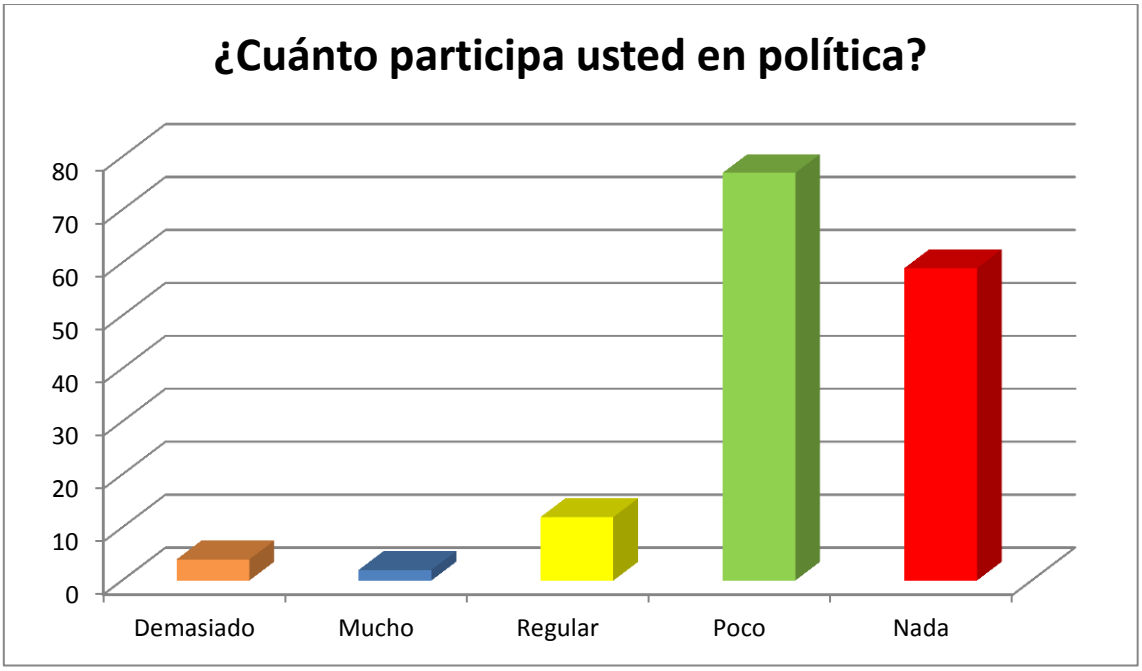


Gráfico 7. Percepción de participación en los ciudadanos del municipio de Puebla, que no cuentan con algún sistema de televisión de paga.

El dato más sorprendente no es el hecho de que el 49.35% afirma que participa poco en política y un 37.82% diga que nada, sino que incluso quienes aseveran que no participan nada en política aseguran que votan.

Como se mencionó con anterioridad, es relevante la participación, pero es aún más importante conocer en qué nivel se da, si en el proceso de *input*

(demandas), o en el *output* (respuestas), por lo que se les cuestionó cómo participan.

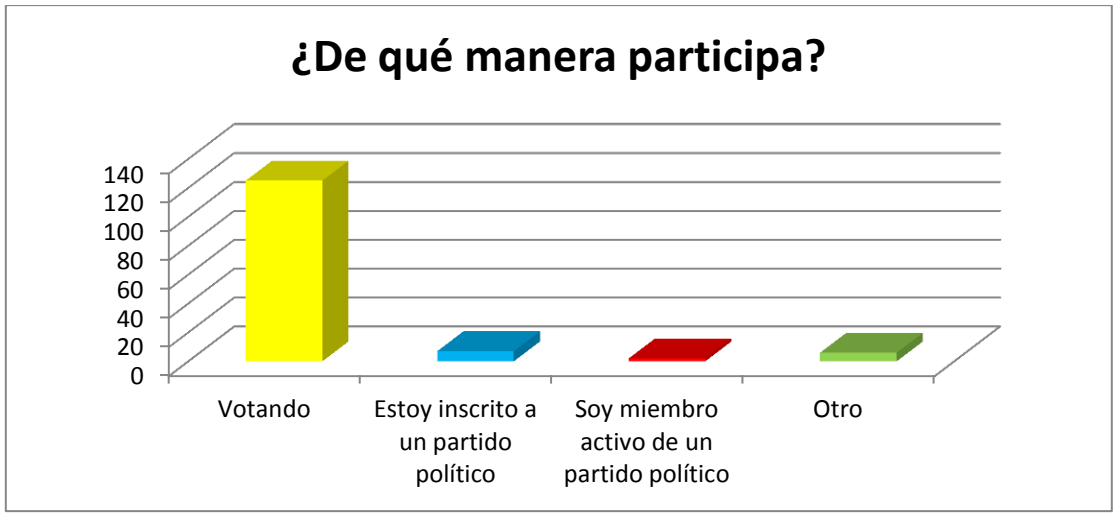


Gráfico 7.1 Tipo de participación en los habitantes del municipio de Puebla con televisión abierta.

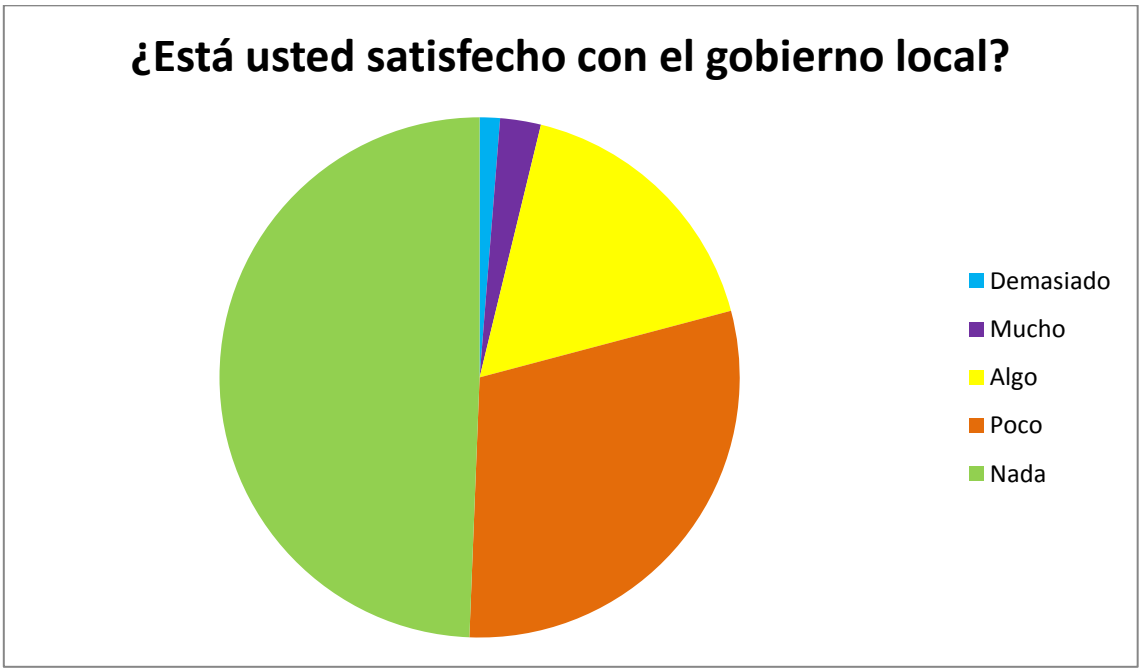
El 89.28% afirmó que su participación consiste en asistir a votar, el 5% asegura que está inscrito en un partido político, solo el 1.42% es miembro activo de un partido y el 6% participa de otra manera.

Almond y Verba estaban convencidos de que los ciudadanos estaban más satisfechos con el sistema de gobierno que los súbditos, a su vez, dicha satisfacción generaba mayor participación. “La percepción de que uno puede participar va en función de una mayor satisfacción por las realizaciones del sistema y de un grado superior de entusiasmo por el mismo” (Almond & Verba, 1963: 280).

En el caso de los ciudadanos de Puebla esta hipótesis vuelve a comprobarse, debido a que al averiguar la satisfacción que existe con el gobierno local, el 49.36% de los ciudadanos de televisión abierta afirman que están nada

satisfechos con el gobierno, el 29.74% dice que está poco satisfecho, el 17.08% lo está algo, en contraste con el 1.23% que está demasiado satisfecho y el 2.53% que está muy satisfecho, es decir, hay poca participación y un gran descontento.

4.4.1.3 Orientación Evaluativa



Gráfica 8. Nivel de satisfacción con el gobierno municipal por parte de los ciudadanos del municipio de Puebla, usuarios de televisión abierta.

Los ciudadanos del municipio de Puebla en el 2015 que solo cuentan con televisión abierta son subjetivamente ciudadanos competentes, ya que se consideran a sí mismos capaces de influir en el sistema político, y en caso de que tuvieran que influir lo harían mediante protestas y asociándose, sin embargo, no participan en asuntos políticos, la participación suele estar casi limitada al asistir a votar, no obstante, quienes votan consideran que su participación es poca o nada. El voto sí está informado, puesto que el 88.59% afirma ver noticieros y se suelen informar mediante radio, televisión e internet.

Retomando a Almnond y Verba:

> La cultura política de una nación consiste en la particular distribución de las pautas de orientación hacía objetos políticos entre los miembros de dicha nación […]. La orientación se refiere a los aspectos internalizados de objetos y relaciones. Incluye: 1° "orientación cognitiva", es decir, conocimientos y creencias acerca del sistema político, de sus roles y de los incumbentes de dichos roles de sus aspectos políticos ("inputs") y administrativos ("outputs"); 2.° "orientación afectiva", o sentimientos acerca del sistema político, sus roles, personal y logros y 3° "orientación evaluativa", los juicios y opiniones sobre objetos políticos que involucran típicamente la combinación de criterios de valor con la información y los sentimientos. (Almond & Verba, 1963:319)

Cuadro 28. Orientaciones de los ciudadanos del municipio de Puebla con Televisión Abierta.

Orientaciones de los ciudadanos de Puebla Capital con Televisión Abierta				
	Sistema como objeto en general	**Objetos Políticos (inputs)**	**Objetos Administrativos (outputs)**	**Uno mismo como participante**
Orientación Cognitiva	Los ciudadanos conocen del gobierno, el 80.62% manifestó que el gobierno tiene demasiado o mucho impacto sobre sus vidas. 1	9 de cada 10 poblanos no saben quién es su diputado local[43] a pesar de su interés en los noticieros, esto se puede entender porque los noticieros que suelen sintonizar son los estelares nacionales y no locales, sin embargo, el uso de la radio como principal fuente	Al dar puntual seguimiento a noticieros y consultar diversas fuentes de información, se les considera dotados de conocimientos sobre las respuestas del gobierno. 1	En caso de que sus intereses se vieran afectados disponen conocimientos de qué hacer para impedir la proclamación de una ley injusta, contrariamente, desconocen la importancia de la participación. 1

[43] Rivera, Rodolfo (2011). *Nueva de cada 10 poblanos no saben quién es su diputado local: BEAP*. Puebla Online [En línea]. Puebla, México. Consultado el 9 de marzo de 2015 de www.pueblaonline.com.mx/index.php?option=com_k2&view=item&id=13638:nueve-de-cada-10-poblanos-no-saben-quién-es-su-diputado-local-beap

		de información política debería de proporcionales dichos conocimientos. Al no conocer a sus representantes locales, fundamental para saber cómo se les representa, se concluye que no tienen conocimientos sobre los inputs. 0		
Orientación Afectiva	Los sentimientos hacia el sistema no son favorables, el 49.36% se siente nada satisfecho con el gobierno local; así mismo, la participación, la cual refleja el interés y sentimiento de pertinencia es baja.0	El ciudadano no tiene un sentimiento positivo ante el sistema, el predominante ante las instituciones, las autoridades y partidos políticos[44] es la desconfianza. 0	Los poblanos no están, en su mayoría, satisfechos con los resultados del gobierno local, las opiniones predominantes (las opiniones al ser evaluaciones se muestran en la siguiente fila), reflejan sentimientos de rechazo hacia los actores políticos y sus acciones. Queda manifestado en el voto hacia el PRI en las pasadas elecciones, se busca (nuevamente) un cambio. 0	El ciudadano siente que puede impactar en el rumbo político y en la toma de decisiones, son subjetivamente competentes para lograrlo, pues el 56.61% protestaría, el 38.97% se asociaría. 1
Orientación Evaluativa	Los ciudadanos no evalúan de	Las opiniones que hay sobre el	Si el ciudadano no está satisfecho con	Es de interés que al cuestionarse

[44] Instituto Federal Electoral con la colaboración con el Colegio de México (2014). *Informe País sobre la Calidad de la Ciudadanía en México*. [en línea]. México, D.F. Consultado el 9 de mayo de 2015 de http://www.ine.mx/archivos2/s/DECEYEC/EducacionCivica/Informe_pais_calidad_ciudadania_IFE_FINAL.pdf

	forma favorable al sistema como objeto en general, el 79.1% no está satisfecho y solo el 20.87% muestra algún grado de satisfacción. 0	gobierno son negativas: "Los diputados locales no están cumpliendo con su trabajo" "No cumplen con sus promesas" "Buscan su propio beneficio"[45] No hay una orientación evaluativa favorable. 0	el gobierno local es porque evalúa que los resultados no han sido favorables. 0	¿Cuánto participa en política? La respuesta más recurrente fue nada, seguida por poco, sin embargo, el 89.28% afirma votar, por lo cual existe una evaluación negativa sobre la participación, subestimándola. Se consideran capaces de influir en la toma de decisiones 1.

En base a los datos antes mencionados, se concluye que los ciudadanos de Puebla capital que consumen televisión abierta tienen una cultura de tipo súbdito-participante.

> Una parte sustancial de la población ha adquirido orientaciones políticas (inputs) 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 y posee un conjunto relativamente pasivo de auto-orientaciones. (Almond & Verba, 1963:42)

A continuación se abordara el tipo de cultura política a los ciudadanos que cuentan con algún sistema de televisión de paga.

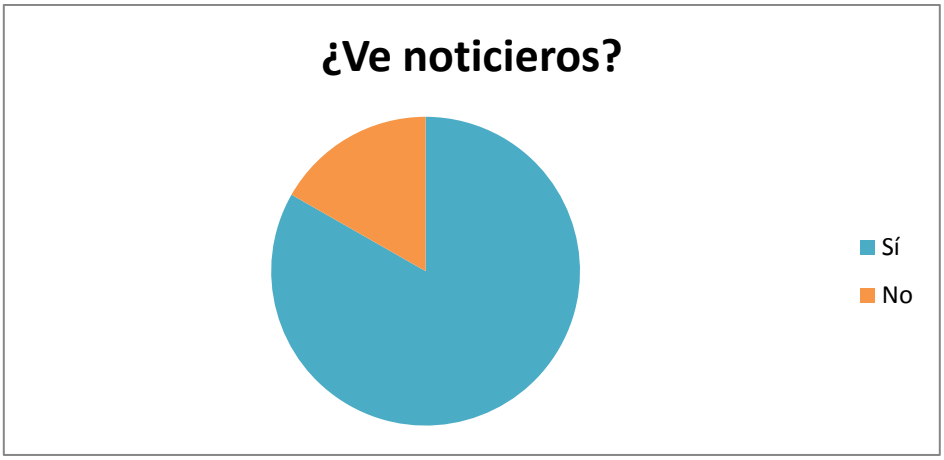
[45] Rivera, Rodolfo (2011). *Nueva de cada 10 poblanos no saben quién es su diputado local: BEAP*. Puebla Online [En línea]. Puebla, México. Consultado el 9 de marzo de 2015 de www.pueblaonline.com.mx/index.php?option=com_k2&view=item&id=13638:nueve-de-cada-10-poblanos-no-saben-quién-es-su-diputado-local-beap

4.4.2Tipo de Cultura Política en la Televisión de Paga

En el municipio de Puebla durante el segundo trimestre del 2015 el 77.75% de los encuestados manifestó que contaba con algún sistema de televisión de paga, por lo cual es la mayoría de los habitantes. Como se manifestó con anterioridad, quienes aseguran tener un sistema de televisión restringida siguen sintonizando los canales de la televisión abierta, particularmente el *canal de las estrellas* y el *canal azteca 13.*

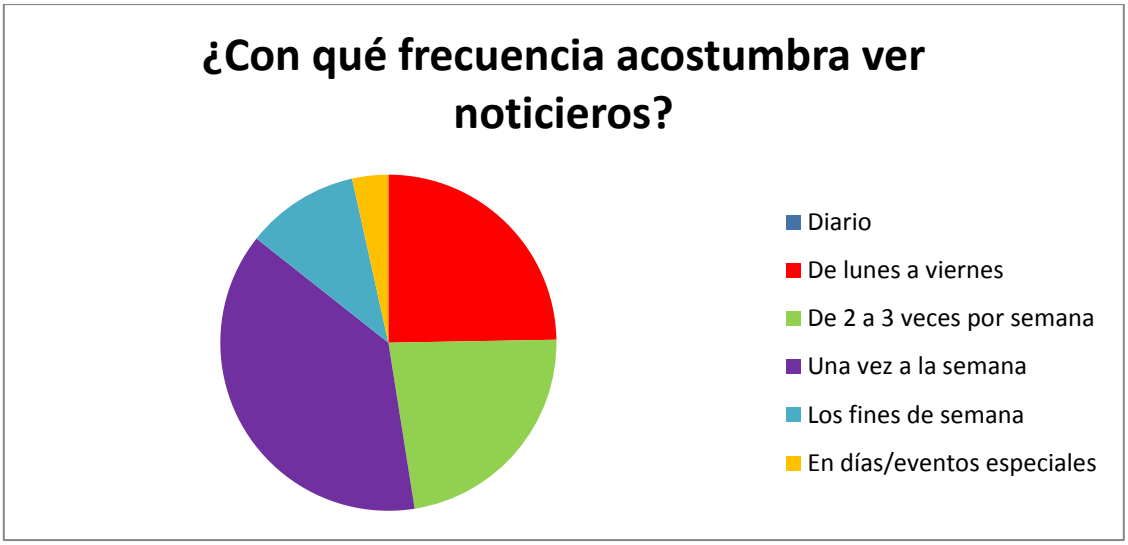
4.4.2.1 Orientación Cognitiva

Nuevamente para medir los conocimientos políticos se indagó sobre si suelen ver noticieros, el 83.25% de los ciudadanos que cuentan con un sistema de televisión de paga sí ve noticieros.



Gráfica 9. Consumo de noticieros por parte de los usuarios de televisión de paga.

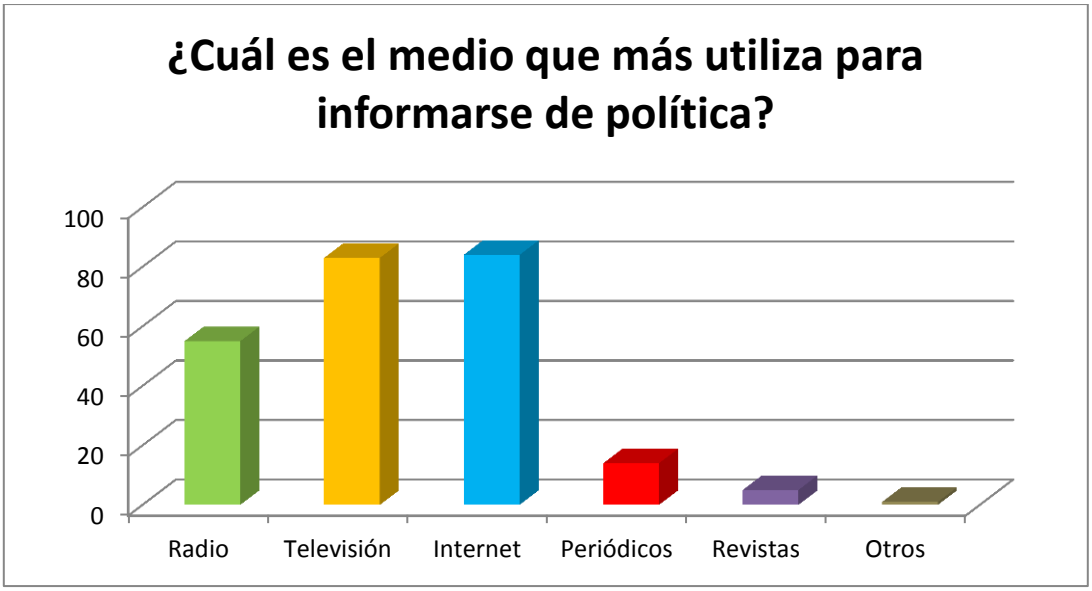
Se indagó con qué frecuencia se informaban de asuntos políticos.



Gráfica 9.1 Frecuencia en el consumo de noticieros por parte de los usuarios de televisión de paga.

Nuevamente se consideró como ciudadanos constantemente informados en asuntos políticos aquellos que ven noticieros diariamente o de lunes a viernes, frecuentes a quienes solo los consultan de 2 a 3 veces por semana y los fines de semana; ocasionales a quienes ven telediarios una vez a la semana, y finalmente esporádicos a quienes solo los ven en días/eventos especiales, así resulta que el 41.51% se informan de manera constante, son frecuentes el 36.06% de los ciudadanos, mientras que se informan de manera ocasional el 9.52% de los habitantes, finalmente el 12.55% solo consumen noticieros de manera esporádica.

Se creyó que los ciudadanos que gastan recursos en algún sistema de televisión de paga lo hacen porque son consumidores asiduos a la misma, se indagó ¿Cuál es el medio que más utiliza para informarse de política?, buscando saber si aquellos que contratan algún tipo de servicio de televisión restringida utilizan a la pantalla como su principal fuente de información política.



Gráfica 10. Medio de comunicación favorito para obtener información política, por parte de los ciudadanos con algún sistema de televisión de paga.

Las personas en Puebla Capital que cuentan con un sistema de televisión de paga utilizan como principal fuente de información política el internet, seguida por la televisión.

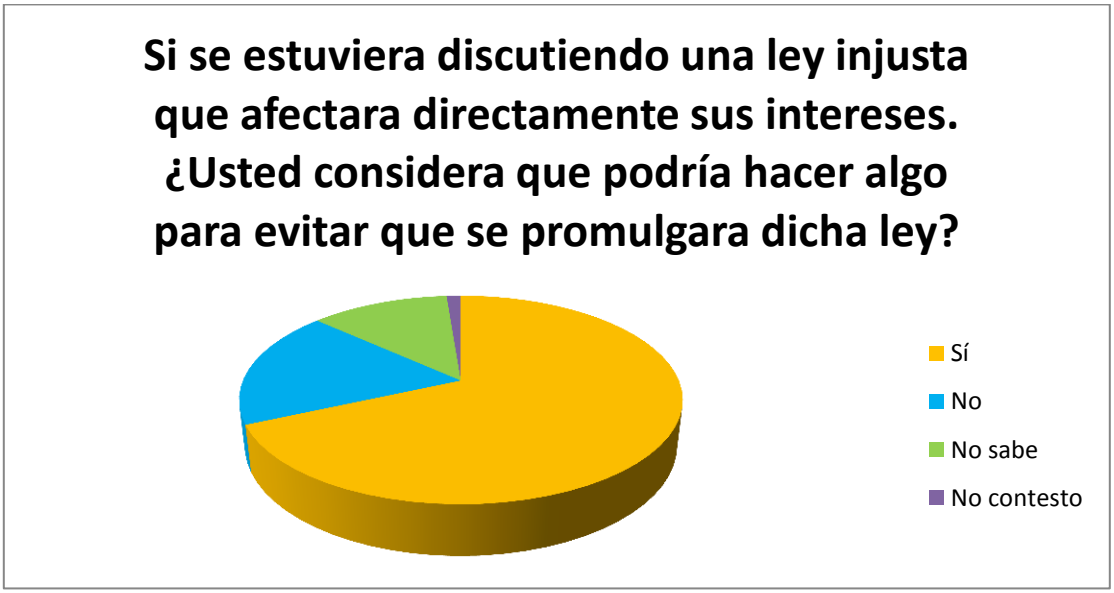
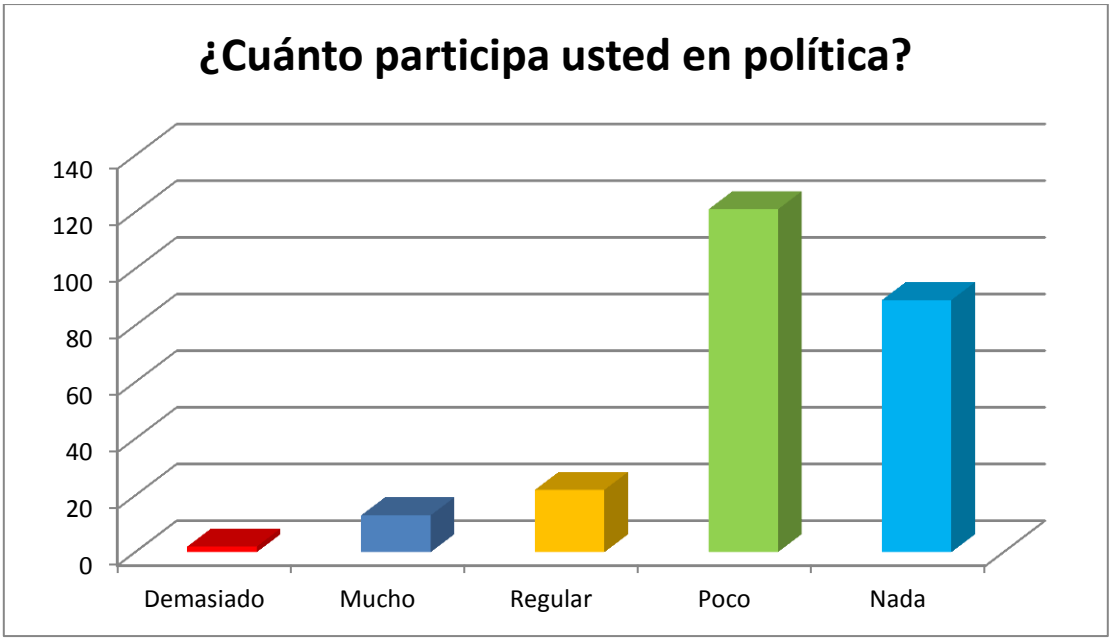


Gráfico 11. Competencia subjetiva de los ciudadanos con televisión de paga en el municipio de Puebla.

La gran mayoría, el 67.76% considera que es capaz de impedir que se promulgará dicha ley, lo cual hace que este sector sea subjetivamente competente, porque asume que tiene el potencial de influir en las decisiones políticas.

Grafica 11.1 Acciones que emprenderían los ciudadanos del municipio de Puebla con televisión de paga en caso de que se estuviera discutiendo una ley injusta.

El 52.33% asegura que se asociaría con personas que tuvieran el mismo interés, lo cual denota un sentimiento de confianza en los ciudadanos, la segunda opción más considerada fue el protestar, así lo manifestó el 40.18% de los encuestados, por otra parte, 5.14% aseguró que se pondría en contacto con su representante y solo el 2.33% optaría por otra opción; entre las mencionadas está el hacer público el problema. Los ciudadanos que cuentan con un sistema de televisión de paga son subjetivamente competentes.



Gráfica 12. Percepción de participación en los ciudadanos del municipio de Puebla, que cuentan con algún sistema de televisión de paga.

El 50% afirma que participa poco, el 34.70% asegura que no participa, mientras que el .82% participa demasiado; el 5.37 mucho y el 9.09% participa regular.

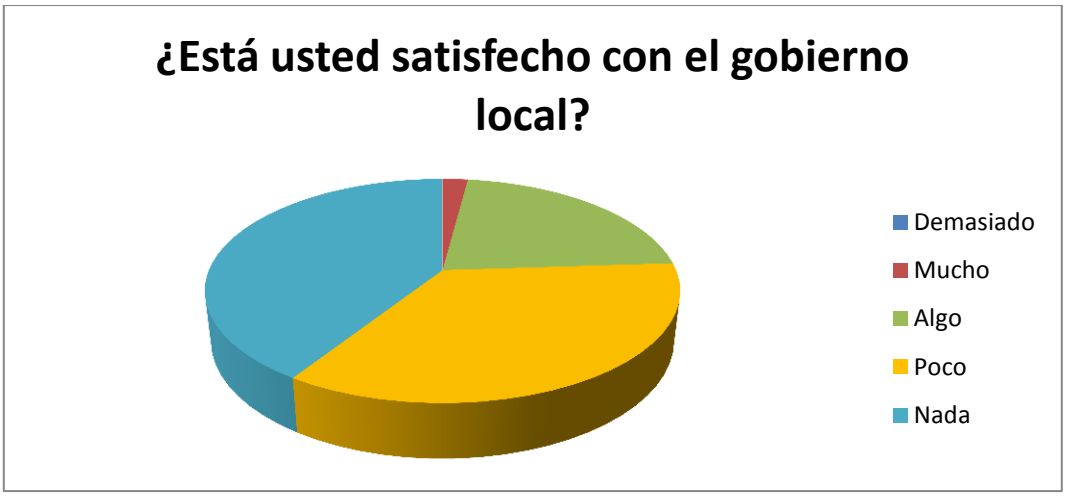
Las personas con un sistema de televisión abierta en el municipio de Puebla suelen participar poco en política con tendencia a nada, la minoría sí participa, la cuestión es saber ¿Cómo?

Gráfico 12.1 Tipo de participación en los habitantes del municipio de Puebla con televisión de paga.

De las personas que dicen sí participar el 86.44% participa votando, el 8.87% está inscrito a un partido político, el 1.86% es miembro activo de un partido político y el 2.80% restante participa de otra forma, fueron mencionadas el comentar los problemas con los amigos, familia y compañeros, y el colaborar/tener una asociación civil.

De los encuestados que cuentan con un sistema de televisión abierta el 76.44% afirma que vota, lo cual nuevamente indica que incluso quien responde a la pregunta de ¿cuánto participa en política? Con un nada, sí vota pero no considera su aportación algo valioso.

4.4.2.2 Orientación Evaluativa.



Gráfica 13. Nivel de satisfacción con el gobierno municipal por parte de los ciudadanos del municipio de Puebla, usuarios de televisión abierta.

Nuevamente la evaluación para el gobierno local es baja, el 40.90% está nada conforme con el gobierno local, el 35.12% lo está poco, el 21.90% algo y solo el 2.06% está muy satisfecho, pero nadie está demasiado satisfecho.

Cuadro 29. Orientaciones de los ciudadanos del municipio de Puebla con televisión de paga.

Orientaciones de los ciudadanos de Puebla Capital con Televisión Abierta				
	Sistema como objeto en general	**Objetos Políticos (inputs)**	**Objetos Administrativos (outputs)**	**Uno mismo como participante**
Orientación Cognitiva	Los ciudadanos conocen del gobierno, el 67.75% reconoce que el gobierno impacta	9 de cada 10 poblanos no saben quién es su diputado local[46], a pesar	Al dar puntual seguimiento a los noticieros y consultar diversas fuentes de	En caso de que sus intereses se vieran afectados tienen

[46] Rivera, Rodolfo (2011). *Nueva de cada 10 poblanos no saben quién es su diputado local: BEAP*. Puebla Online [En línea]. Puebla, México. Consultado el 9 de marzo de 2015 de

	mucho o demasiado en sus vidas y el 15.28% considera que regular. 1	de su interés en los noticieros, lo cual nuevamente se puede entender desde la lógica de que los noticieros que suelen sintonizar son los estelares nacionales y no locales; a su vez el uso del internet como principal medio de información política no garantiza que se aborden los actores locales. Al no conocer a sus representantes locales, fundamental para saber cómo se les representa se concluye que no tienen conocimientos sobre los inputs. 0	información se les considera dotados de conocimientos sobre las respuestas del gobierno. 1	conocimientos de qué hacer para impedir la proclamación de una ley injusta, pero participan menos que quienes no cuentan con un sistema de televisión de paga. 1
Orientación Afectiva	Los sentimientos hacia el sistema no son favorables, el 40.90% se siente nada satisfecho con el gobierno local; así mismo, la participación que refleja el interés y sentimiento de pertinencia es baja.0	El ciudadano no tiene un sentimiento positivo ante el sistema, el predominante ante las instituciones, las autoridades y partidos políticos[47] es la desconfianza. 0	Los poblanos no están, en su mayoría, satisfechos con los resultados del gobierno local, las opiniones predominantes (las opiniones al ser evaluaciones se muestran en la siguiente fila), reflejan sentimientos de rechazo hacia los actores políticos y	El ciudadano siente que puede impactar en el rumbo político y en la toma de decisiones, son subjetivamente competentes para lograrlo, pues el 40.18% protestaría, el 52.33% se asociaría, el 5.14% se comunicaría

www.pueblaonline.com.mx/index.php?option=com_k2&view=item&id=13638:nueve-de-cada-10-poblanos-no-saben-quién-es-su-diputado-local-beap

[47] Instituto Federal Electoral & Colegio de México (2014) Informe País Sobre la Calidad dela Ciudadanía en México. México, [En línea] Consultado el 3 de abril de 2015 de http://www.ine.mx/archivo2/s/DECEYEC/EducacionCivica/Informe_pais_calidad_ciudadania_IFE_FINAL.pdf

			sus acciones. Queda evidenciado en el voto hacia el PRI en las pasadas elecciones, se busca (nuevamente) un cambio. 0	con su representante y el 2.33% optaría por otra vía 1
Orientación Evaluativa	El 40.90% no está satisfecho y el 59.08% muestra algún grado de satisfacción. 1	Las opiniones que hay sobre el gobierno son negativas: "Los diputados locales no están cumpliendo con su trabajo" "No cumplen con sus promesas" "Buscan su propio beneficio"[48] No hay una orientación evaluativa favorable. 0	Si el ciudadano no está satisfecho con el gobierno local es porque evalúa que los resultados no han sido favorables. 0	Es de interés que al cuestionarse ¿Cuánto participa en política? La respuesta más recurrente fue poco, seguida por nada, sin embargo, el 86.44% afirma votar, por lo cual existe una evaluación negativa sobre la participación, subestimándola. Se consideran capaces de influir en la toma de decisiones 1.

La cultura política nuevamente es de súbdito-participante, sin embargo, hay importantes diferencias en el grado, pues la cultura política de la televisión de paga tiende a inclinarse más al lado del participante, específicamente por el tipo de participación, puesto que hay mayor proporción de ciudadanos de televisión abierta que participan votando, el 89.28% frente al 86.44% de ciudadanos de televisión de paga, quienes con mayor frecuencia pertenecen y son miembros

[48] Rivera, Rodolfo (2011). *Nueva de cada 10 poblanos no saben quién es su diputado local: BEAP*. Puebla Online [En línea]. Puebla, México. Consultado el 9 de marzo de 2015 de www.pueblaonline.com.mx/index.php?option=com_k2&view=item&id=13638:nueve-de-cada-10-poblanos-no-saben-quién-es-su-diputado-local-beap

activos de un partido político, también trabajarían distinto en caso de que se discutiera alguna ley injusta, ya que su primera opción no es la protesta (caso de la televisión abierta), si no la asociación, denotando mayor confianza en los ciudadanos.

En el aspecto cognitivo los ciudadanos que solo cuentan con la televisión abierta para entretenerse ven más noticieros, el 88.59% afirma verlos frente al 83.25% de quienes cuentan con algún sistema de televisión de paga, 5.34% menos. No obstante, los ciudadanos con algún servicio de televisión restringida, aunque menos son más constantes en el consumo de telediarios, mientras que solo el 33.95% de las personas con televisión abierta los consulta mínimo 5 días a la semana el 41.51% de televisión de paga los ve.

También se identificaron variaciones en las fuentes de información política, mientras que los ciudadanos que no cuentan con algún sistema de televisión de paga prefieren informarse de política a través de la radio, los que pagan algún servicio de televisión prefieren informarse mediante la red, aunque juntándolos la televisión es el medio más consumido.

Continuando con el aspecto cognitivo, ambos sectores reconocen que el gobierno tiene mucho/demasiado impacto en sus vidas, y lo hacen exactamente en la misma proporción, ambos con el 76.02%.

En el aspecto evaluativo los dos sectores están descontentos con el gobierno local, sin embargo, quienes solo consumen televisión abierta lo están en mayor proporción, el 49.36% está nada satisfecho con el gobierno local, frente al 40.90% de quienes pagan algún sistema de televisión.

Con respecto a la competencia subjetiva ambos sectores son ciudadanos subjetivamente competentes, ya que en los dos casos la mayoría cree poder hacer algo en caso de que se estuviera discutiendo una ley que afectara sus intereses. Lo que es distinto es el canal que usarían para hacerse escuchar, mientras que el 56.61% de los consumidores de televisión abierta manifestó que protestaría y solo un 38.97% optaría por la opción de asociarse, los usuarios de televisión de paga optarían primero por asociarse, así lo manifestó el 52.33% y el 40.18% protestaría. Otra diferencia radica en que ningún encuestado que solo cuenta con televisión abierta anotó alguna otra opción de participación, en tanto que el 2.33% de los encuestados de televisión de paga sí anotó otros canales de influencia, entre ellos el hacer público el problema o castigar dejando de votar.

En la participación también se manifestaron diferencias significativas, en el caso de la televisión de paga el 37.82% de los encuestados afirmó no participar nada en política frente al 34.70% de tv abierta, pero está tendencia a favor de la televisión abierta se revierte, puesto que en televisión abierta el 4.64% de los encuestados considera que participa demasiado en política frente al 8.62% de la televisión restringida. La diferencias también están en la forma de participación, ambos participan casi en su totalidad votando, la televisión abierta con el 89.28% y el 86.44% de paga, pero hay más afiliados a partidos políticos en la televisión de paga con el 8.87% y solo el 5% en la abierta, para proponer opciones de participación los ciudadanos que solo consumen televisión abierta se muestra más creativos, con el 4.28% de los encuestados frente a un 2.80% de la televisión de paga.

A pesar de que es el mismo tipo de cultura política hay diferencias significativas en el comportamiento político de los ciudadanos.

CAPÍTULO 5

FACTORES DE LA CULTURA POLÍTICA DEL POBLANO QUE INCIDEN EN EL CONSUMO DE LA TELEVISIÓN ABIERTA, EL CASO DE TELEVISA Y TV AZTECA

La investigación giró en torno a descubrir qué factores de la cultura política incentivan el consumo de la televisión (sin importar si es abierta o de paga), por encima de otros medios.

Se descubrió que el factor de la cultura política determinante para el funcionamiento de la televisión abierta es la costumbre, los ciudadanos han incorporado el televisor a sus actividades y a su estilo de vida, el 68.5% de los encuestados afirmó que ven televisión por esta razón.

En el caso de los noticieros la principal causa por la que los ciudadanos los consumen es por la necesidad de estar informados, sin embargo, la segunda razón es nuevamente la costumbre, lo cual no resulta extraño si se considera que los noticieros se transmiten justo antes de ir a la escuela o trabajo, a la hora de la comida y en las noches cuando está terminando el día.

El hecho de que sea por costumbre la principal razón por la que se ve televisión es un elemento importante de análisis, ya que aunque haya nuevas opciones de entretenimiento/información, si no se logran incorporar a la rutina de

una manera rápida y eficiente la televisión continuará como el medio de información más consumido en Puebla, hasta que las nuevas generaciones lo desplacen con la incorporación del internet.

Es relevante destacar que los canales pequeños tienen una oportunidad en el hecho de que sea por costumbre que se mira televisión, ya que ante el fenómeno del zapping tienen la posibilidad de poder cautivar a la audiencia y que ésta los continúe viendo.

La segunda razón por la que los habitantes del municipio de Puebla ven televisión es por la necesidad de estar informados, lo cual se puede entender si se considera que en los programas de entretenimiento se abordan asuntos públicos, y en el transcurso del día se transmiten avances de lo que se verá en el noticiero, lo cual genera que voluntaria o involuntariamente se sepa los acontecimientos que el medio ha establecido como más importantes, y por ende, el ciudadano tiene una idea de los hechos relevantes del día. Para los canales alternativos es importante considerar que no basta con tener uno, dos o tres noticieros estelares, sino transmitir durante su programación pequeñas breves de lo que está sucediendo, con la finalidad de que los consumidores sepan qué es lo que está pasando y satisfacer su necesidad de estar informados.

Otro elemento importante en el *statuo quo* de la televisión es la creencia, los ciudadanos creen que ver televisión es una buena manera de entretenerse, al creerlo se da por hecho que están de acuerdo con la programación y el contenido que se maneja, hay que recordar que incluso quienes tienen algún sistema de televisión de paga, en la mayoría de las veces, siguen sintonizando algún canal de televisión abierta, lo cual indica que se aprueba el tipo de programación que se transmite.

Los medios alternativos deben buscar contenido que se incorpore a la rutina del consumidor, que se vuelva costumbre, dicho contendido debe tener elementos distintivos que motiven a frecuentarlo. Las telenovelas o series son una excelente opción si se cuenta con los medios para producirlos, estás una vez que "enganchan" al espectador se incorporan en la vida del televidente. A su vez, las grandes televisoras deben buscar nuevos caminos para poder continuar acaparando la atención de niños y jóvenes, si quieren continuar con la creencia de que es una buen opción para entretenerse.

Como se ha venido argumentando la televisión sí es un agente de socialización política, y una evidencia más es que la cuarta razón por la cual los ciudadanos miran televisión es porque la han visto desde niños, incluso aquellos menores de 30 años que aseguraron no ver televisión a menudo y utilizar como principal fuente de información política la red, aseguran que cuando ven televisión es porque la han visto desde niños. La pantalla ha sabido mantenerse en el estilo de vida y preferencias de los consumidores porque desde la infancia ha estado presente, de tal forma que si los patrones se repiten la televisión seguirá presente con mayor o menor intensidad durante varias generaciones más.

Una razón más por la cual los ciudadanos ven televisión es porque tiene un lenguaje fácil de entender, para ver los programas no se necesita tener un coeficiente intelectual alto, incluso niños autistas o con déficit de atención se entretienen con ella. Adultos mayores, niños, adolescentes, mujeres y hombres encuentran en la pantalla programas de interés con un lenguaje sencillo y lo más importante incluyente, a pesar de que está en quinto lugar es un elemento interesante ya que permite su funcionamiento. A diferencia de las redes sociales donde se necesita tener cierto conocimiento, como por ejemplo, qué es un meme para poder entenderle y reírse, porque de otra manera subsiste la pregunta ¿y

esto qué es? La televisión borra la brecha generacional, de tal forma que un adolescente entiende el lenguaje de Joaquín López-Dóriga y las Mangas del Chaleco, pero una persona mayor de 60 años no comprende el funcionamiento y humor que se manejan en las redes sociales.

La tradición se coloca como el sexto elemento de la cultura política presente en el consumo televisivo, las personas ven televisión porque lo hacen/hacían sus papás, este elemento va muy relacionado con la costumbre y con la televisión como agente de socialización política. El hecho de que se sigan pautas por tradición es un arma de doble filo para la televisión, puesto que si bien garantiza que se siga consumiendo en las siguientes generaciones, la coloca en desventaja como medio de información política, porque si se comienza a transmitir la idea de que la información verdadera no se encuentra en la pantalla sino en la red, generará que en pocos años a la televisión no se le considere un medio de información sino como un medio de entretenimiento. Este elemento es quizás el más amenazante, tanto para noticieros televisa como para fuerza informativa azteca.

Los dos elementos menos importantes fueron los valores y la religión, siendo el primero más relevante, estando presente en el 12% de las encuestas y la religión en el 4.5%, ante su baja incidencia no se consideran elementos relevantes en el funcionamiento de la televisión abierta.

5.1 Impacto de la televisión abierta, el caso de Televisa y TV Azteca en la formación de la opinión pública.

Para medir el impacto que tiene la televisión en la opinión pública, se cuestionó a los ciudadanos cuál es el principal medio de comunicación masiva para informarse de política, como se mencionó anteriormente la televisión fue el principal, seguido del internet, la radio, periódicos y revistas.

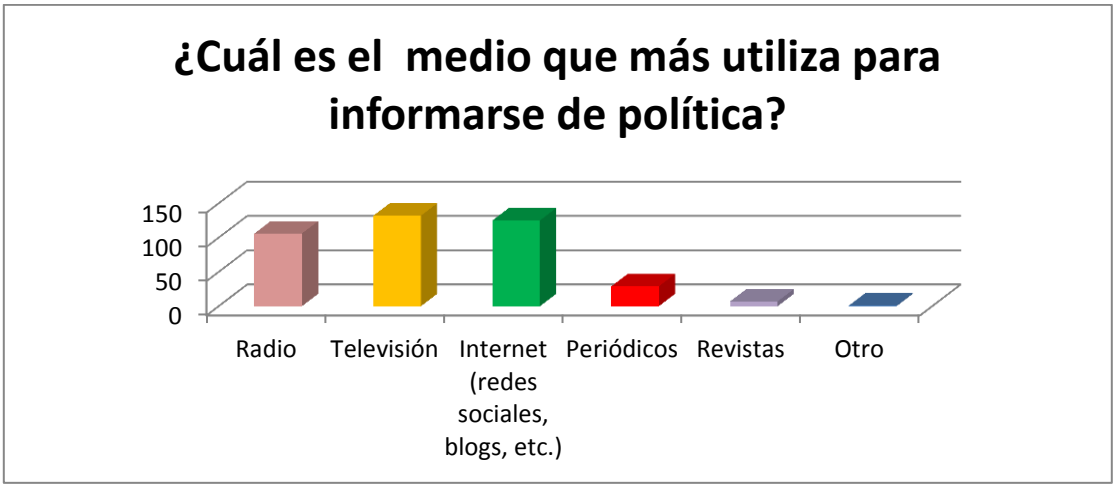


Gráfico 14. Medios de información que usan los poblanos para informarse de sobre política.

De ahí se concluye que la televisión es el medio más importante para generar opinión pública.

Para conocer el impacto que tiene la pantalla en las opiniones de los televidentes se retomó la teoría de los dos pasos, la cual postula al líder de opinión como el creador de la misma, por lo tanto se indagó cuál es el líder de opinión favorito entre los poblanos.

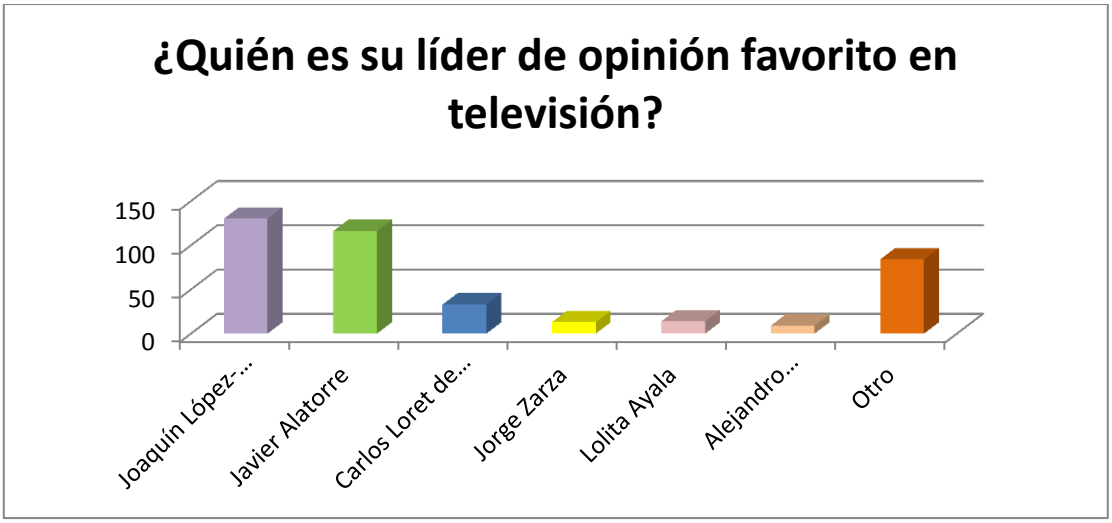


Gráfico 15. Líderes de opinión favoritos de los poblanos.

Puebla se mantiene dentro de los parámetros nacionales que colocan a Joaquín López-Dóriga como el líder de opinión favorito, muy cerca se encuentra Javier Alatorre. Sobresale que en tercer lugar está *otro*, en esta opción se le daba la oportunidad al encuestado de que nombrara al líder de opinión de su preferencia que saliera en televisión, a pesar de que no todos tienen presencia en la pantalla sino en radio o internet, varios de ellos tuvieron más menciones que algunos comunicadores de la televisión.

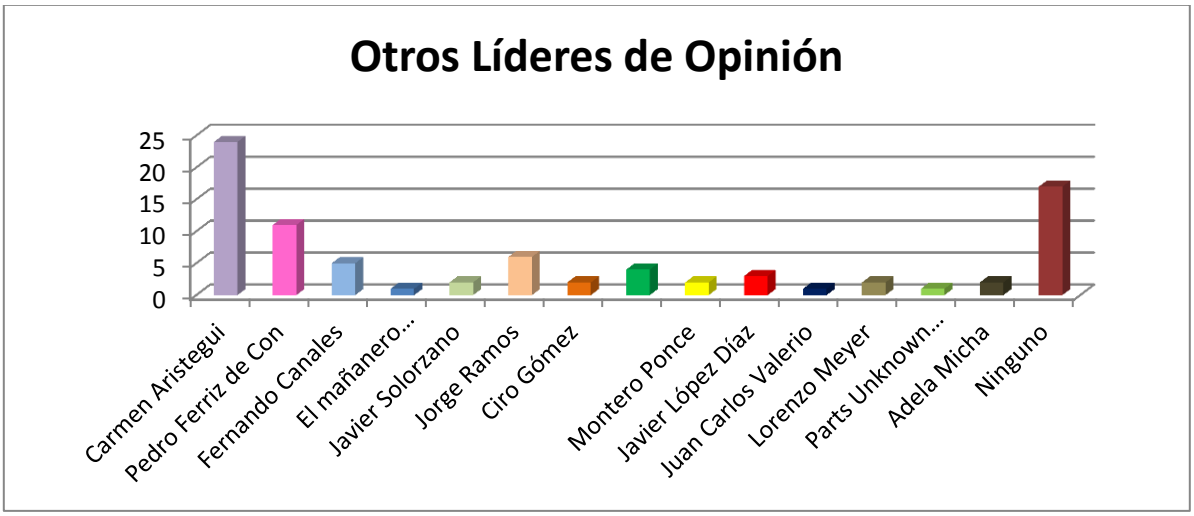


Gráfico 16. Otros líderes de opinión mencionados por los poblanos.

La opción *otros* daba al encuestado la oportunidad de colocar el nombre de su líder de opinión favorito, sin embargo, lo segundo que más se escribió fue *ninguno*, lo cual indica que comienza a haber un cambio, en muchas de las encuestas donde se colocó ninguno también había una nota en la que mencionaban, por ejemplo, todos están vendidos, no dicen lo que pasa, etc. Es un dato relevante porque indica que hay desconfianza hacia los medios y sus líderes de opinión.

El líder de opinión más repetitivo dentro de la categoría de otros fue Carmen Aristegui, su caso tiene particularidades, en primer lugar porque es el sector 18-30 años el que la menciona de manera constante, aunque la siguen mencionando mayores de 50 pero no mayores de 60 años, en segundo lugar, solo es señalada por quienes consumen información política mediante internet, a pesar de que tuvo un programa de radio es en las redes sociales donde tiene impacto. El hecho de que haya estado tan presente puede deberse a que la encuesta se comenzó a aplicar poco después de su despido en MVS Radio.

El segundo líder de opinión más mencionado dentro de otros fue Pedro Ferriz de Con, él a diferencia de Carmen Aristegui fue principalmente señalado por personas mayores de 31 años, y tanto por personas que utilizan el internet como por quienes son radioescuchas, esto puede ser porque hasta hace poco tuvo un programa de radio en *Imagen* (*Informativa),* y hoy ejerce el periodismo mediante internet; el que lo mencionen especialmente adultos puede encontrar respuesta en la tradición, ya que su padre fue un importante comunicador.

Jorge Ramos quien también es mexicano fue mencionado en repetidas ocasiones, a diferencia de Pedro y Carmen cuyos programas versan de política mexicana, Jorge es un importante periodista (recientemente nombrado entre los

100 más influyentes por la revista Time), de índole internacional, cuyo noticiero se transmite en Univisión, y a pesar de que sí aborda temas mexicanos como el despido de Carmen Aristegui, sigue el trabajo del presidente Enrique Peña Nieto e incluso presta atención a Chumel Torres del *Pulso de la República*, su trabajo no se enfoca en el caso mexicano sino a la causa hispana.

Son mencionados de más a menos frecuencia: Fernando Canales, quien tiene presencia tanto en televisión a través de Ultratelevisión (solo para quienes cuentan con ultravisión), como en radio; Carlos Martín Huerta Macías, él es comunicador de radio con *Así sucede* noticiero matutino y vespertino de grupo Acir, y es líder de opinión en Puebla TV, le sigue Javier López Díaz cuya presencia está en radio y en redes sociales.

Los siguientes fueron mencionados en dos ocasiones, por lo cual se mencionan en orden alfabético de acuerdo con su nombre "artístico", Adela Micha quien al igual que Fernando Canales y Carlos Martín Huerta Macías tiene presencia en radio y televisión, sin embargo, ella es líder de opinión a nivel nacional, Ciro Gómez con presencia en radio y televisión al igual que Javier Solorzano. Lorenzo Meyer es académico y como periodista suele participar en el canal 11, con Carmen Aristegui y en periódicos; finalmente, Montero Ponce cuya presencia se focaliza en la radio.

Con tan solo una mención fueron: Parts Unknown (Anthony Burdain), El mañanero (Victor Trujillo/Brozo), y Juan Carlos Valerio.

El impacto de Televisa y TV Azteca en el municipio de Puebla es significativo, ya que los líderes de opinión más mencionados fueron de dichas

empresas: Joaquín López-Dóriga con el 32.5% y Javier Alatorre con el 29%, juntos dan el 62.5% de los consumidores de noticieros en el municipio de Puebla. Le siguen Carlos Loret de Mola con el 8.25% de las menciones, Carmen Aristegui con el 6%, ninguno con el 4.25% y Pedro Ferriz con el 2.75%

Después de cuestionar a los encuestados sobre su líder de opinión favorito, se les preguntó si consideraban que las opiniones que emite el líder de opinión de su preferencia lo ayudan a formar su opinión con respecto a temas de gobierno.

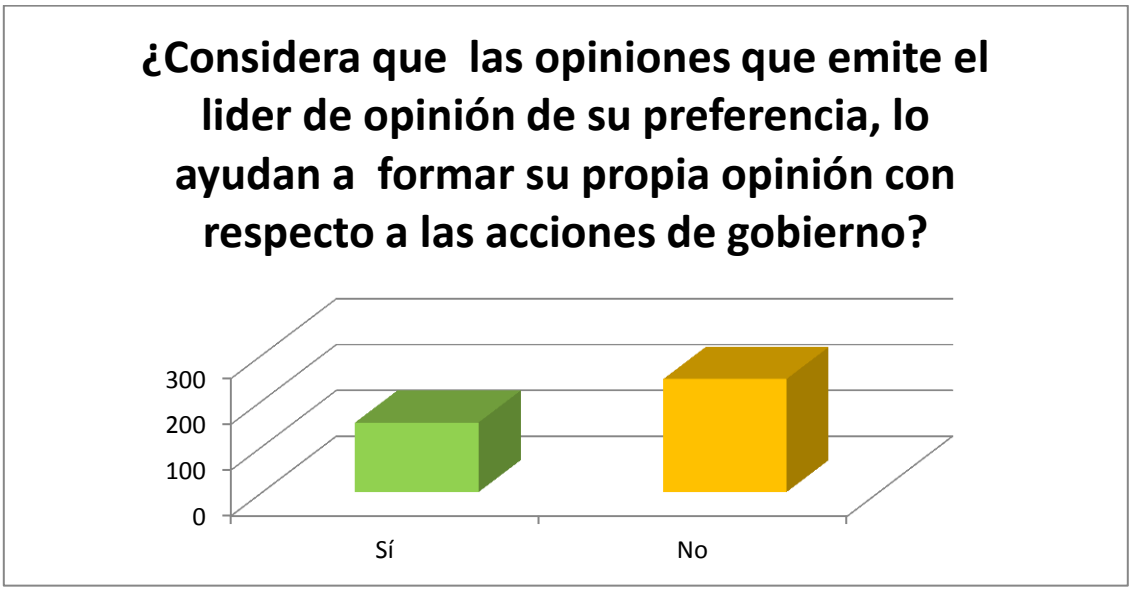


Gráfico 17. Impacto de los líderes de opinión en la formación de la opinión pública sobre asuntos políticos en los poblanos.

El 38.9% de los encuestados afirmó que el líder de opinión de su preferencia sí lo ayuda a formar su opinión, no obstante, el 61.90% asegura los líderes de opinión no influyen al formar la suya, por lo cual el impacto de los medios, aunque está presente no es determinante para formar la opinión pública dominante, y como se mencionó, comienza a existir un sector importante que cuestiona la autonomía de los comunicadores.

Para conocer si el líder de opinión influenciaba en la audiencia, ya no exclusivamente sobre asuntos políticos; se indagó si alguna vez habían cambiado de opinión después de conocer la postura del líder de opinión de su preferencia.

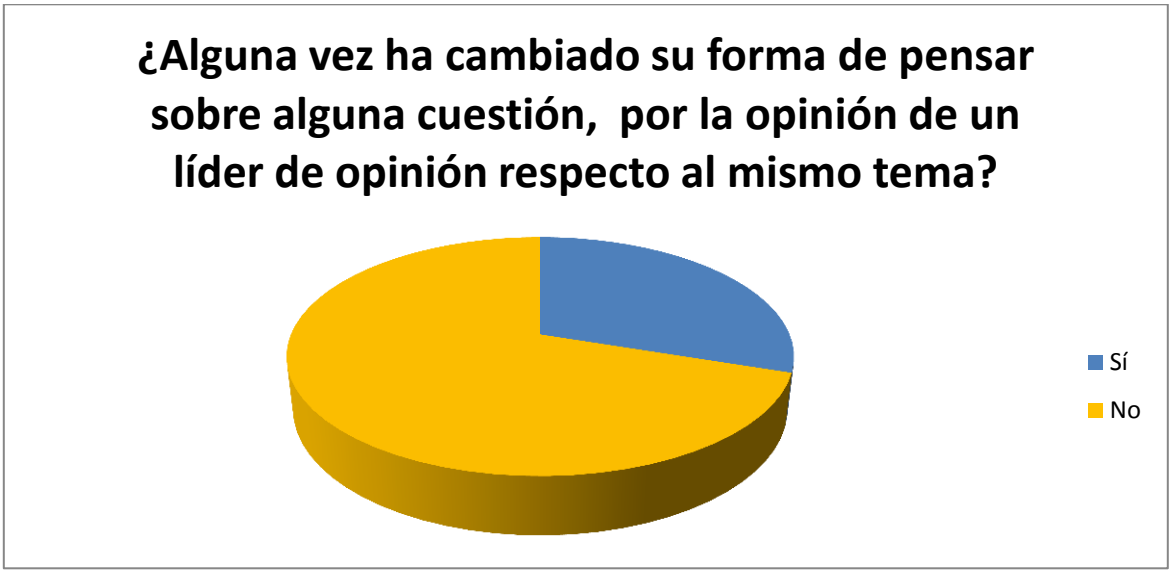


Gráfico 18. Influencia del líder de opinión para generar un cambio en la opinión propia sobre algún tema.

Se mantiene la tendencia, el líder de opinión no influye en la mayoría como agente de cambio en las opiniones.

Por lo cual se concluye que aunque sí están presentes en la opinión pública las televisoras a través de los líderes de opinión no influyen como agentes de cambio en la opinión pública, no obstante, la presencia de las televisoras sigue siendo determinante, porque es el medio más consumido para informarse de cuestiones políticas, por lo que retomando la teoría de la agenda setting, si no forman opinión pública la encaminan al fijar la agenda, es decir, los temas sobre los cuales se va a opinar, para ejemplificarlo, la audiencia que vio a Joaquín López-Dóriga el día 4 de junio de 2014 fecha en la que sucedió el caso de Mitzi, no se formó una opinión "autónoma" sobre la situación de los trasplantes en

México, mientras que quien sintonizó a Javier Alatorre sí, por lo cual las televisoras impactan en la opinión pública, no a través de las opiniones de sus informadores, sino mediante la información que deciden transmitir.

CONCLUSIONES

La televisión es el medio de comunicación más consumido en México y el más incluyente. En esta investigación abocada al municipio de Puebla se fijó como objetivo principal conocer qué factores de la cultura política inciden en el consumo de la televisión abierta, y se descubrió que la costumbre es la principal causa del alto consumo televisivo, seguido por la necesidad de estar informados, así como la creencia de que es una buena manera de entretenerse; el hecho de que ha estado presente desde la infancia de los espectadores también es relevante.

Se partió de la idea de que las televisoras tienen un alto impacto en la opinión pública, para saberlo desde una perspectiva científica, se retomaron teorías distinguidas que vinculan a medios masivos de comunicación con actitudes y comportamientos políticos, así como con la opinión pública, particularmente la teoría de la agenda setting y la de los dos pasos, a pesar de que los resultados arrojaron que los líderes de opinión no tienen un papel protagónico en la formación de la opinión pública, al ser la televisión el principal medio de información política para los ciudadanos, las televisoras sí tienen un impacto en la opinión pública, volviendo a retomar a Cohen "La prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar" (Cohen, 1963: 13).

Los noticieros son sin lugar a dudas los que marcan la agenda del debate, debido a su relevancia se analizó la información brindada por los dos noticieros con más reating en el país (y en Puebla), y se llegó a la conclusión de que tienen diferentes enfoques. Televisa tiene un telediario con un enfoque internacional y un presentador más formal y neutral, en tanto que en TV Azteca se privilegia la información nacional, secciones sin contenido político, con un comunicador que

asume un papel de líder de opinión y que retoma en mayor medida elementos importantes de la cultura política, como la ciudadanía y la participación para establecer una cultura política participativa.

Se comprobó que en el caso de Puebla la televisión sí es un agente de socialización política, ya que los ciudadanos consideran en mayor o menor medida que la pantalla ha participado en su educación, así mismo, es el cuarto factor de la cultura política que incentiva el consumo de la televisión.

Se ha satanizado a la televisión, se ha considerado que es el opio de pueblo cuando no es así, la pantalla al igual que cualquier otro medio masivo de comunicación sirve para transmitir información y entretener, de lo que sí se le debe de acusar es que ha mezclado información política y entretenimiento generando contenidos híbridos. Si corrige esto no tiene, ni debe ser señalado como el culpable de la apatía política, porque es un factor importante pero no el único, agentes socializadores como la familia y la escuela también lo son.

En cuanto al hecho de que sea quien determine la agenda pública para bien o para mal están en la libertad de hacerlo, aquí es responsabilidad del consumidor quedarse con la información brindada por la pantalla, o bien complementarla buscando otros medios para informarse de política.

El problema no es que se mire mucha o poca televisión, el detalle está en que se necesitan nuevos canales que generen un pluralismo e ideas nuevas, la televisión por la costumbre, la socialización y la tradición tiene todavía tiempo para ser el principal medio de comunicación política, ya que como mencioné con anterioridad, si no logra convencer a los jóvenes de que es objetiva pasará a ser

un importante medio de entretenimiento, y el día que lo supere el internet seguirá siendo un medio relevante; por lo cual para el fomento de una cultura participativa se debe empezar sembrando nuevos canales de difusión en internet y medios alternativos, así como impulsar futuras investigaciones que proporcionen elementos de apoyo a dichos canales, por el momento mi contribución es que los medios alternativos de comunicación y los pequeños canales deben buscar incorporarse a la rutina de sus consumidores, a la vez de que deben de proveer información política de manera continua, para que incluso quien solo busque diversión sacie la necesidad de estar informado. Finalmente, deberán convencer al consumidor de que su canal o medio es una muy buena opción para entretenerse y/o informarse.

En la democracia comparten escenario distintos actores y elementos: políticos, partidos, instituciones, ciudadanos, organizaciones, medios, etc. Para empezar a mejorarla se necesita que los ciudadanos participen de manera activa en la formación de la agenda de los medios, porque si la agenda es guiada por intereses empresariales (lo cual es válido desde una perspectiva empresarial, pero no funciona para mejorar la calidad de la democracia), los ciudadanos prestaran atención y formaran una opinión en base a los temas que los medios decidan, y no sobre aquellos que realmente merezcan atención.

Se critica a los medios de controlar la opinión pública, sin embargo, el problema no es ése, ya que en base a los resultados de esta investigación, los ciudadanos no consideran las opiniones del líder de opinión para formar la suya, ni influyen como agente de cambio; no obstante, los medios sí participan por el hecho de que guían la agenda, por lo cual el que el ciudadano influya en la formación de la agenda de los medios es fundamental, porque así se introducirá la demanda al medio de transmitir información clara, vital para que cada actor y elemento conozca la realidad del país y sepa sus responsabilidades.

Para que exista pluralidad en la información se necesita la toma de conciencia de los ciudadanos, y para ello el primer paso es hacer saber de la importancia que tiene la pluralidad y objetividad para que se demande, porque si no se meten tales demandas a la caja negra de la televisión o del gobierno no se obtendrá ninguna respuesta. El contar con información y pluralidad de ideas es demasiado importante para que se deje a cargo de dos empresas que constituyen un agente socializador, se necesita de los dos (o más), agentes socializadores que le anteceden: La familia y la escuela, transmitan esta necesidad a los futuros ciudadanos para que generen un cambio.

Si te conoces a ti mismo y a tu enemigo, puedes ganar sin riesgo cien batallas. Sun Tzu.

ANEXOS

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Facultad de Derecho y Ciencias Sociales

Lic. en Ciencias Políticas

La encuesta tiene por objeto conocer la cultura política en la televisión. Se realiza con fines académicos y sin ningún interés político o electoral.

1. Usted tiene entre:

a) 18-30 años b) 31- 40 años c) 41-50 años d) 51-60 años e) más de 60 años

2. Nivel de estudios:

a) Primaria b) Secundaria c) Preparatoria/Bachillerato d) Carrera técnica e) Licenciatura f) Posgrado

3. Sexo a) Hombre b) Mujer

4. Considerando todos los sueldos de las personas que viven con usted, ¿cuántos salarios mínimos ingresan a su casa quincenalmente?

a) 1-4 b) 5-9 c) 10-14 d) 15- 19 e) más de 20

5. ¿Cuenta con algún sistema de televisión de paga? a) Sí b) No

6. ¿Acostumbra ver programas de televisión? a)Sí b)No

7. Subraye los canales que suele ver

a) Canal 2 (el canal de las estrellas) b) Canal 5 c) Gala TV d) Canal 6 (azteca13) e) Canal 12 (azteca 7) f) Canal 11 g) canal 3 h) Otros canales _____

8. ¿Qué tipo de programas prefiere ver?

a) Telenovelas b) Noticieros c)Talk show (Laura, Cosas de la vida) d) Programas de revista (Hoy, Venga la Alegría, etc.) e) Programas de concurso f) Programas de Deportes g) Películas h) Programas de política

9. ¿Ha percibido información política en los programas que ve, aparte de los noticieros, es decir, en telenovelas, talk show, etc? a) Sí b) No

10. ¿Cuál es el medio que más utiliza para informarse de política?

a) Radio b) Televisión c) Internet (Redes sociales, blogs, noticieros online) d) Periódicos e) Revistas f) Otros_____

10.1 ¿Con qué frecuencia lo consulta?

a) Diariamente b) Dos o tres veces por semana c) Una vez a la semana d) esporádicamente

11. Marque TODAS las razones de por las que ve televisión

☐ a) Costumbre (siempre lo hago)

☐ b) Tradición (lo hago porque mis papás lo hacen/hacían)
☐ c) Creencia (es una buena opción para entretenerme)
☐ d) Tiene un lenguaje fácil de entender
☐ e) Porque algunos programas refuerzan mi fe
☐ f) La veo desde niño (a), crecí con ella
☐ g) Por los valores que contiene, tales como: Solidaridad, honestidad, justicia, entre otros.
☐ h) Porque necesito estar informado (a)

12. ¿Cuánto considera que la televisión ha participado en su educación/ formación?

a) Demasiado b) Mucho c) Regular d) Poco e) Nada

13. Los programas que mira en televisión lo motivan a

a) Participar en las elecciones b) Formar parte de algún partido político c) Formar parte de una asociación civil d) Buscar soluciones a los problemas sociales e) No me motivan a participar

14. ¿Ve noticieros? Sí No

14.1 ¿Con qué frecuencia acostumbra ver noticieros?

a) Diario b) de lunes a viernes c) De dos a tres veces por semana d) Una vez a la semana e) Los fines de semana f) En días/ eventos especiales

15. ¿Cuál es su líder de opinión favorito en televisión?

a) Joaquín López-Dóriga b) Javier Alatorre c) Carlos Loret de Mola d) Jorge Zarza e) Lolita Ayala f) Alejandro Villalvazo

d) Otro _____

16. ¿Considera que las opiniones que emite el líder de opinión de su preferencia, lo ayudan a formar su opinión con respecto a las acciones de gobierno? a) Sí b) No

17. ¿Alguna vez ha cambiado su forma de pensar sobre alguna cuestión, por la opinión emitida por un líder de opinión respecto al mismo tema?

a) Sí b) No

18. Marque TODAS las razones de por qué mira noticieros

- ☐ Costumbre (siempre lo hago)
- ☐ Tradición (lo hago porque mis papás lo hacen/hacían)
- ☐ Creencia (Es una buena opción para informarme)
- ☐ Tiene un lenguaje fácil de entender
- ☐ La veo desde niño (a), crecí con ella
- ☐ Por los valores que maneja, tales como: Solidaridad, honestidad, justicia, igualdad, entre otros.
- ☐ No necesito más información para entender al noticiero, con los conocimientos que tengo es suficiente para entender.
- ☐ Porque necesito estar informado (a) para poder participar políticamente (elecciones, brindando apoyo a algún candidato, saber qué debo proponer, etc.)

19. ¿Hasta qué punto cree que las acciones de gobierno impactan en su vida?

a) Demasiado b) Mucho c) Regular d) Poco e) Nada

20. ¿Cuánto participa usted en política?

a) Demasiado b) Mucho c) Regular d) Poco e) Nada

21. ¿De qué manera participa?

a) Votando

b) Estoy inscrito a un partido político

c) Soy miembro activo de un partido político

d) otro: _____

22. Si se estuviera discutiendo una ley injusta que afectará directamente sus intereses ¿Usted considera que podría hacer algo para evitar que se promulgara dicha ley? a) Sí b) No c) No sabe e) No contestó

23. En caso de que pudiera hacer algo ¿Qué haría?

a) Protestar

b) Asociarme con más personas que tuvieran el mismo interés

c) Comunicarme con mi representante

d) Otro _____

24. ¿Está usted satisfecho con el gobierno local?

a) Demasiado b) Mucho c) Algo d) Poco e) Nada

GLOSARIO

Branding /advertaimen: Es una técnica de publicidad que mezcla la información en espacios de entretenimiento.

Espectro radioeléctrico: es el medio en el que se propagan las ondas electromagnéticas las cuales transmiten imágenes, voz, sonido, etc.

Feedback: El proceso mediante el cual el emisor obtiene respuesta del receptor. Es la retroalimentación.

Reating: Cantidad de personas que están expuestas a alguna programación.

Radiodifusión: Son los servicios de televisión abierta y radio

Telecomunicaciones: Servicios de telefonía fija y móvil, así como de televisión de paga

Triple Play: Televisión, teléfono e internet.

Zapping: Cambiar de manera frecuente de canal

BIBLIOGRAFÍA

1. Abundis, Francisco (2007, abril-junio). *Los Medios de Comunicación México*, [en línea]. México, D.F: Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública. Consultado el 19 de abril de 2014 de http://www.amai.org/pdfs/revista-amai/AMAI-13_art8.pdf
2. Acosta Carlos y Villamil Jenaro (2014, julio). *América Móvil se "empequeñece" para dejar de ser "preponderante",* [en línea]. México, D.F: Proceso. Consultado el 24 de febrero de 2015 de http://www.proceso.com.mx/?p=376770
3. Almond Gabriel y Sidney Verba (1963). *La Cultura Cívica: Estudio sobre la participación política democrática en cinco naciones*. (Trad. FOESSA). Madrid, España: Católica, S.A.
4. Amadeo, Belén (S/F). *Cultura Política y medios de comunicación,* [en línea]. Buenos Aires, Argentina: Sociedad Argentina de Análisis Político. Recuperado el 23 de mayo de http://saap.org.ar/esp/docs-congresos/congresos-saap/VI/areas/07/amadeo.pdf
5. Banco Mundial (2014). *México: Panorama general* [en línea]. Washington, DC, Estados Unidos de Norteamérica. Consultado el 14 de diciembre de 2014 de http://www.bancomundial.org/es/country/mexico/overview
6. Banco Mundial (2014). *Según el Banco Mundial, se acelera el crecimiento económico de Asia meridional, encabezado por India* [en línea]. Washington, DC, Estados Unidos de Norteamérica. Consultado el 14 de diciembre de 2014 de http://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2014/10/06/led-india-south-asia-economic-growth-accelerate
7. Blancarte, Roberto (2000). *Religión* en el Léxico de la política (p.639-640). México: FCE o así: *Religión*. En el Léxico de la Política (p. 639.640). México, D.F: FCE
8. Bobbio, Norberto (1983). *Diccionario de Política*. México: S. XXI.
9. Bossi, Ignacio (2001). *¿Para qué dar Feedback?* [Material de apoyo]. Buenos Aires, Argentina: Centro de Estudios Macroeconómicos de Argentina.

Consultado el 8 de febrero de 2015 de www.ucema.edu.ar/u/jib/DocumentosDT_05_-_El_feedback_efectivo_v2.pdf

10. Calderón, Leticia (2000). *Socialización Política* en el Léxico de la política (p. 695-698). México: FCE. // *Socialización Política* en el Léxico de la Política (p.695-698). México, D.F: FCE
11. Carmona, Doralicia (2014). *Memoria Política de México,* [en línea]. México Consultado el 7 de febrero de 2015. Disponible en www.memoriapoliticademexico.org/Bibliografias/ORP77.html
12. Catarina, UDLAP (S/F). *Contexto histórico de los reallity shows en México*, [en línea]. Puebla, México: Universidad de las Américas Puebla. Consultado el 22 de marzo de 2015. Disponible en http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/barcelata_e_ch/capitulo1.pdf
13. *Conocer* en Real Academia de la Lengua Española (RAE), (2015). [en línea]. Consultado el 3 de marzo de 2015. Disponible en http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=conocer
14. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (2010). *Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales,* [en línea]. México, DF. Recuperado el 9 de febrero de 2015 de http://www.conaculta.gob.mx/encuesta_nacional/#.VYG5sfl_OWg
15. Cortés David y Saldaña Mauricio (2013). *Temas sobre comunicación política para el siglo XXI.* México: McGrawHill
16. Cortez, Carlos (1995). *La Información y la Comunicación en la Democratización de la Sociedad Rural; Posibilidades y Limitaciones*, [en línea]. Xochimilco, México: Universidad Autónoma Metropolitana. Trabajo presentado en el Latín American Studies Association (LASA) XIX International Congress. Consultado el 2 de agosto de 2014. Disponible en lanic.utexas.edu/lasa95/cortez.html
17. Coutiño, Fabiola (Comp.) (2011). *Perspectivas teóricas y metodológicas de la cultura política en México*. Puebla, México: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

18. CNN México (2011, 15 de diciembre). *Los diputados aprueban reformas para prohibir a "juanitas", falta Senado*, [en línea]. México. Consultado el 19 de agosto de 2015. Disponible en http://mexico.cnn.com/nacional/2011/12/15/los-diputados-aprueban-reformas-para-prohibir-a-juanitas-falta-senado
19. CNN México (2011, 8 de junio). *La ONU declara el acceso a internet como un derecho humano* [en línea]. México. Consultado el 16 de agosto de 2015. Disponible en mexico.cnn/tecnología/2011/06/08la-onu-declara-el-acceso-a-internet-como-un-derecho-humano
20. CNN México (2014). *Televisa debe compartir estructura*. [en línea], México, DF. Recuperado el 12 de marzo de 2014 de http://www.cnnexpansion.com/negocios/2014/03/07/televisa-es-declarada-preponderante
21. Congreso Constituyente (1917, 5 de febrero). *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*.
22. Consejo Nacional de Educación para la Vida y el Trabajo (S/F). *La importancia de las reglas de convivencia,* [en línea]. México. Consultado el 9 de marzo de 2015. Disponible en http://www.conevyt.org.mx/cursos/cursos/delito_v2/recursos/antologia/antologia_2.html
23. Crovi, Delia (2006, 10 de junio). *¿Es Internet un Medio de Comunicación?* Revista Digital Universitaria, [en línea], N°7. México: Universidad Autónoma de México. Consultado el 27 de enero de 2015 de http://www.revista.unam.mx/vol.7/num6/art46/jun_art46.pdf
24. Danilova, Oxana (2008). *El talk show: una entrevista particular*, [En línea]. Lausanne, Suiza: Université de Lausanne. Recuperado el 22 de marzo de 2015 de www.sagw.ch/dms/seeh/publications/untitled/untotled11/09-Danilova/09-Danilova.pdf
25. De Brito, Ángel (2013, 31 de diciembre). *Lo que nadie contó de Avenida Brasil* [en línea]. Buenos Aires, Argentina: Ciudad.com. Consultado el 16 de agosto de 2015. Disponible en www.ciudad.com.ar/bla-bla-bla/113437/nadie-conto-avenida-brasil#

26. De la Peña, Guillermo (1994). *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas.* En la cultura política mexicana: Reflexiones desde la antropología, [en línea]. 17. México: Universidad de Colima. Consultado el 4 de abril de 2014 de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31661709
27. Díaz, Rogelio (2006). *Psicología del Mexicano*, México: Grijalbo
28. Dresser, Denise (2011). *El País de Uno*, México, D.F: Aguilar
29. Escudero, Lucrecia (2008). *Espacio público y espacio de los medios: la agenda y las elecciones mexicanas.* En Cuadernos de Divulgación e Información, [En línea], 13. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid. Consultado el 04 de octubre de 2013. Disponible en http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0808110107A
30. Esteinou Javier (1995). *Medios de Información y sistemas informativos en México*. Estudios sobre las culturas contemporáneas [en línea], vol. 1 N°2, Pp. 166-170, Colima, México. Consultado el 4 de abril de 2014 de http://www.redalyc.org/pdf/316/31600210.pdf
31. Esteinou Rosario (2000) *Familia*. En el Léxico de la política (p.232-236). México: FCE // *Familia*. En el Léxico de la Política (p.232-236). México: FCE
32. Estructura del Sistema Audiovisual (2012) *TEMA 3: Características generales. La desregulación. Financiación TV pública, TV privada en Europa. Principales mercados. TDT. Grupos multimedia* [material de apoyo]. Extremadura, España: Universidad de Extremadura. Recuperado el 25 de enero del 2015 de http://alcazaba.unex.es/asg/500348/Tema%203.%20Europa.pdf según leí que cuando el autor no aparece se comienza la referencia con el título del documento, el ejemplo viene asi: American Psychological Association (2003). Electronic Reference [en línea] Washington. EEUU, DC. Recuperado el …
33. Etcétera (2013, diciembre 13). *63% de los mexicanos no cuentan con televisión de paga.* En Etcétera: para entender a los medios, [en línea]. México, D.F Consultado el 9 de agosto de 2014 de http://www.etcetera.com.mx/articulo/ 63& de los hogares en mexico no cuentan_con_television_de_paga_mitofsky/22903/

34. Falla, Héctor (2012). *La (antidemocrática) cultura política en México,* [en línea]. México, D.F. Consultado el 17 de abril de http://www.adnpolitico.com/218aramét/2012/02/19/la-antidemocratica-cultura-politica-en-mexico
35. Ferráez Raúl y Pantoja Sara (2004). *El teacher Joaquín López-Dóriga*, Líderes Mexicanos (73), 56-62
36. Figueroa Fernández, Figueroa Benjamín, et al. (2012, julio/diciembre). *Análisis de los valores que construyen la identidad del mexicano*. Culturales [en línea] Vol. 8 N° 16. Aguascalientes, México: Universidad Autónoma de Baja California. Consultado el 28 de junio de 2015 de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-11912012000200001&script=sci_arttext
37. Frutiger Adrián (2005). *Símbolos, Marcas y Señales*. Barcelona, España: Gustavo Gili. Págs. 176-178
38. Fuenzalida, Valerio (2012, 18 de enero) *Situación de la Televisión Pública en América Latina*. [en línea]. Colombia: En Diálogos de la Comunicación. Recuperado el 20 de diciembre de 2013 de www.consejoinfancia.gob.ar/wp-content/uploads/2012/05/53ValerioFuezalida.pdf
39. Fundación Mexicana para el Fomento de la Lectura (2012). *Encuesta Nacional de Lectura 2012*, [En línea]. México, consultado el 11 de febrero de 2015 de http://www.miguelcarbonell.com/docencia/Encuesta_Nacional_de_Lectura_2012.shtml
40. García, Julio, (2011, agosto 11). *Para qué sirve el rating*. [En línea]. México: En Del pensamiento estratégico a la acción. Recuperado el 1 de marzo de 2014 de http://www.ricarte.biz/blog/?p=39
41. García, Jurado (2006, enero), *La cultura Política por Almond y Verba.* Política y Cultura [en línea]. N° 26. Xochimilco, México: Universidad Autónoma de Xochimilco. Consultado el 5 de abril de 2014 de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-77422006000200007&script=sci_arttext

42. García, Raymundo (comp) (2011). La Cultura Política en México. En Perspectivas Teóricas y metodológicas de la Cultura Política en México; Puebla, México: BUAP
43. García Virginia, Beaudoux Orlando, Adamo Flavia (1999, abril). *Opinión pública y comunicación: El doble flujo de la comunicación política*. Íconos: revistas de ciencias sociales [en línea] N°7 Pp.136-146. Quito, Ecuador: FLACSO
44. Gómez, Eloy (S/F). *Introducción a la Antropología Social y Cultural* [en línea]. Santander, España: Universidad de Cantabria. Recuperado el 20 de agosto de 2015. Disponible en http://ocw.unican.es/humanidades/introduccion-a-la-antropologia-social-y-cultural/material-de-clase-1/pdf/Tema2-antropologia.pdf
45. Grupo Financiero Banamex- Accival (1995). *Tercera Encuesta Nacional de Valores de los Mexicanos. Estudios Económicos y Sociales*. [En línea]. México. Recuperado el 28 de junio de 2014. de http://www.banamex.com/resources/pdf/es/estudios_finanzas/mercados/publicaciones/valmex.pdf
46. Grupo Salinas (2014), [en línea]. México, D.F. Consultado el 27 de junio de 2014 de http://www.gruposalinas.com.mx/contenido.aspx?p=TV%20Aztecaes
47. Guerrero, Abraham [Abraham Guerrero Guerrero]. (2010, 9 de noviembre). 1988. *Televisa. Compilaciones. Abraham Zabludovsky entrevista a Emilio Azcárraga Milmo* [Archivo de video]. Consultado el 4 de diciembre de 2014 de http://www.youtube.com/watch?v=bYDh6zZVuHI
48. Ianinni, Martha (2004). Pedagogía y tendencias pedagógicas. Bogotá, Colombia: San Martín Domínguez y Editores, S.C. Pp. 229-242
49. Instituto Federal Electoral con la colaboración con el Colegio de México (2014). *Informe País sobre la Calidad de la Ciudadanía en México*. [en línea]. México, D.F. Consultado el 9 de mayo de 2015 de

http://www.ine.mx/archivos2/s/DECEYEC/EducacionCivica/Informe_pais_calidad_ciudadania_IFE_FINAL.pdf

50. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2012). *Conociendo México* [en línea]. Aguascalientes, México. Consultado el 3 de marzo de 2015 de http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/pais/mexcon/folleto_nacional_pliegos_baja.pdf
51. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2012). *Estadísticas a propósito del día mundial del internet*, [en línea]. Aguascalientes, México. Consultado el 16 de febrero de 2015 de http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Contenidos/estadisticas/2013/internet0.pdf
52. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). *Número de habitantes por entidad*. [en línea]. Aguascalientes, México. Consultado el 25 de abril de 2015. Disponible en cuéntame.inegi.org.mx/monografías/información/pue/población/default.aspx?tema=me&e=21
53. Jiménez, Carlos (2008). *El valor de los valores*. Caracas, Venezuela: Cograf
54. Jofré José (2013, 13 de agosto*). Así se informan los electores alemanes* [en línea]. España: ABC. Consultado el 28 de julio de 2015 en www.abc.es/internacional/20130905/abcp-elecciones-alemania-prensa-2010130905.html
55. Juárez, Claudia (2014, 7 de agosto). *Concesión única, en el limbo*. El Economista [en línea]. México, D.F. Consultado el 24 de febrero de 2015 de http://eleconomista.com.mx/industrias/2014/08/07/reglas-concesion-unica-limbo
56. Kraus Sidney y David Dennis (1991). Comunicación Masiva: Sus efectos en el comportamiento político. México, D.F: Trillas
57. Kelly Paul y Andreano Juan (2013). *El libro de la política*, Gran Bretaña: Altea
58. Klein, Naomi (1999). *No Logo: El poder de las Marcas*. Toronto, Canadá: Paidós

59. Lafourcade, Maité (2009). *Costumbres*, [en línea]. País Vasco, España: Fondo Bernado Estornés Lasa. Consultado el 5 de marzo de 2015 de http://www.euskomedia.org/aunamendi/150120
60. Latín American Multichannel Advertising Council (2013). *Flash Report TV de paga en México* [en línea]. México. Disponible en http://www.lamac.org/files/mail/newsletter/2013/mex/sept/flash-report-tv-paga-en-mexico-sept-2013.pdf
61. Latín American Multichannel Advertising Council (2014). *TV de paga llega al 49.8% de los hogares en México* [en línea]. México. Consultado el 18 de febrero de 2015 de http://www.lamac.org/mexico/comunicados/tv-de-paga-llega-al-49-punto-8-por-ciento-de-los-hogares-en-mexico/
62. Leal, Carlos (2012, 31 de mayo). *La Tumba de los Mitos de la Televisión en México*, [en línea]. México: En Política Digital. Consultado el 16 de noviembre de 2014 de http://www.politicadigital.com.mx/?P=leernoticiaprint&Article=21453
63. López, Heriberto (2009). *Los Niveles Socioeconómicos y la distribución del Ingreso*, [en línea], México, DF.: Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública. Consultado el 8 de Julio de 2014 de http://www.amai.org/NSE/NivelSocioeconomicoAMAI.pdf
64. Lucero, Tania (2012). *Símbolo, señal, ícono y signo* [en línea]. México. Consultado el 2 de marzo de 2015. Disponible en http://taniagruntlocust-tania.blogspot.mx/2012/04/simbolo-senal-icono-y-signo.html
65. Luna, Rodolfo (2006, enero 18). *Quehacer empresarial/ ¿anunciarse en televisión*? El Siglo de Torreón [en línea]. Torreón, México. Recuperado el 3 de marzo de 2014 de http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/192301.quehacer-empresarial-anunciarse-en-television.html
66. Macías Carmen y Macías Elena (s/a). *Los valores en la sociedad actual.* [en línea]. Guadalajara, México. Consultado el 7 de marzo de 2015 en http://sincronia.cucsh.udg.mx/macias03a.htm
67. Macías, Rafaela (2012). *Tradición*. En el trabajo sociocultural comunitario. Fundamentos espistemológicos, metodológicos y prácticos para su realización,

[en línea]. Málaga, España: Enciclopedia y Biblioteca Virtual de las Ciencias Sociales, Económicos y Jurídicas (EUMEDNET). Consultado el 3 de abril de 23015 en http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1171/tradicion.html

68. Martín, Francisco (2011). *100 mitos de la historia de México*. México: Aguilar.
69. Martínez, Darío (2013). *Una nueva ley limita los matrimonios arreglados de niñas en Oaxaca,* [En línea]. México: CNN México. Consultado el 5 de marzo de 2015. Disponible en http://mexico.cnn.com/nacional/2013/11/04/una-nueva-ley-limita-los-matrimonios-arreglados-de-ninas-en-oaxaca
70. Martínez Mario y Salcedo Roberto (2006). *Conocimiento Político.* En el Diccionario Político [en línea]. México: Instituto Nacional de Estudios Político. Consultado el 15 de marzo de 2015. Disponible en diccionario.inep.org/C/CONOCIMIENTO-POLITICO.html // *Conocimiento Político.* En el Diccionario Político [en línea]. México: Instituto Nacional de Estudios Político. Consultado el 15 de marzo de 2015. Disponible en diccionario.inep.org/C/CONOCIMIENTO-POLITICO.html
71. Martínez, Mayra (2014, marzo 7). *La información que debe de conocer de Televisa*. Milenio [en línea].México. Recuperado el 29 de junio de 2014 de http://www.milenio.com/negocios/Televisa-IFT-preponderante-cable-television-contenidos-Cablemas-Cablevision_0_257974547.html
72. Martínez, Mayra (2014) *¿Qué es la concesión única en telecomunicaciones?* Milenio [en línea]. México. Consultado el 5 de enero de 2015 de http://www.milenio.com/negocios/leyes_secubndarias_telecomunicaciones-concesion_unica-Gerardo_Soria_0_294570911.html
73. Meilán, Xabier (2010). *Causas y consecuencias del consumo de información política en España*. Madrid, España: CIS
74. Meilán, Xabier (2010). *Opiniones y Actitudes: Causas y consecuencias del consumo de información política en España (2000-2009).* Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.
75. Mejía, Angelina (2009, 5 de noviembre*). La TV de paga le apuesta al segmento popular*. El Universal [en línea]. México. Consultado el 16 de agosto de 2015, disponible en archivo.eluniversal.com.mx/finanzas/75038.html

76. Mejía, Fernando (2013). *Tv de paga: imparable crecimiento.* Milenio [en línea]. México. Recuperado el 1 de julio de 2014 de http://www.milenio.com/firmas/fernando_mejia_barquera/Tv-paga-imparable-crecimiento_18_106369403.html
77. Merino, Mauricio (1995). *La Participación Ciudadana*. México: IFE
78. Meza, Nayeli (2015). *El Top 20 de los países que más leen.* Forbes. [en línea]. México. Consultado el 17 de febrero de 2015 de http://www.forbes.com.mx/el-top-20-de-los-paises-que-mas-leen/
79. Miller, Toby (2004). *Política Cultura.* Madrid, España: Gedisa
80. MUND Américas (2007). *Competencia en el mercado de la televisión*. [en línea], México, D.F. Recuperado el 4 de enero de 2014 de http://www.mundgroup.com/archivos/serie7/Serie%207%20Numero%2018%20Mercados%20y%20Competencia.pdf
81. Noëlle-Neumann, Elisabeth (1995). *El nuevo espacio público*, [en línea]. Barcelona, España: Paidós (capítulos 20-21). Disponible en http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/noelle_neumann.pdf
82. Noëlle-Neuman, Elisabeth (1998). *La espiral del silencio, una teoría de la opinión pública*, Barcelona, España: Gedisa.
83. Nohlen, Dieter (2006). *Diccionario de Ciencia Política*, México D.F. Porrúa
84. Notimex (2011, 8 de octubre). *Mexicanos ven hoy más TV que hace 10 años*. El economista [en línea]. México. Consultado el 15 de febrero de 2015 de http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2011/10/08/mexicanos-ven-hoy-mas-tv-que-hace-10-anos
85. Notimex (2013, diciembre 29), *Noticiarios y novelas, lo que ven los mexicanos en TV*, [en línea]. México, DF: Animal Político. Consultado el 10 de agosto de 2014 de http://www.animalpolitico.com/2013/12/que-ven-los-mexicanos-en-la-tv/
86. Observatel A.C. (2010*). Medios de Transmisión: ¿Qué es el espectro radioeléctrico?* [en línea]. México, D.F. Consultado el 1 de febrero de 2015 de http://www.observatel.org/telecomunicaciones/Qu_es_el_espectro_radioel_ctrico.php

87. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultuta (S/F). *Líneas Generales.* [en línea]. Paris, Francia. Consultado el 28 de febrero de 2015 de http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/
88. Parámo, Teresa (2002). *Televisión mexicana y alianzas políticas* [en línea], México, D.F: Universidad Autónoma Metropolitana. Consultado el 31 de marzo de 2014. Disponible en http://tesiuami.uam.mx/revistasuam/polis/include/getdoc.php?id=86&article=68&mode=pdf
89. Peschard, Jacqueline (1994*). La Cultura Política Democrática*, México: IFE (Cuadernos de divulgación de la Cultura Democrática)
90. Pérez, Olivero (2013). *Advertainment: el marketing que entretiene mientras engancha*. Alto Nivel [en línea]. México. Consultado el 8 de Julio de 2014 de http://www.altonivel.com.mx/36919-advertainment-una-nueva-forma-de-hacer-marketing.html
91. Piñuel, José (2002*). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido* [en línea]. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid Consultado el 6 de agosto de 2015 de http://ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolinguisticaUVigo.pdf
92. Pizarroso, Alejandro (1993). *Historia de la Propaganda*. Madrid, España: Eudema.
93. Poder Legislativo de México (2014, 7 de julio). *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*. En el Diario Oficial de la Federación Tomo DCCXXX No. 13 [En línea]. Recuperado el 17 de febrero de 2015 de http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014
94. Poder Legislativo de México (2014, 23 de mayo). *Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.* En el Diario Oficial de la Federación Tomo DCCXXVIII No. 18 [En línea]. Recuperado el 1 de marzo de 2015 de http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5345952&fecha=23/05/2014
95. Redacción AN (2014) *Mexicanos leen 2.94 libros al año: Encuesta Nacional de Lectura*. [en línea]. México: Aristegui Noticias. Consultado el 3 de febrero de

2015 de http://aristeguinoticias.com/3004/kiosko/mexicanos-leen-2-94-libros-al-ano-encuesta-nacional-de-lectura/

96. Reporteros Sin Fronteras (2015). *Informe Mundial* [en línea]. Montpellier, Francia. Recuperado el 5 de junio de 2015 de https://es.rsf.org/report-mexico,184.html

97. Rivera, Rodolfo (2011). *Nueva de cada 10 poblanos no saben quién es su diputado local: BEAP*. Puebla Online [En línea]. Puebla, México. Consultado el 9 de marzo de 2015 de www.pueblaonline.com.mx/index.php?option=com_k2&view=item&id=13638:nueve-de-cada-10-poblanos-no-saben-quién-es-su-diputado-local-beap

98. Rodotá, Estefano. (2000). *Tecnopolítica. La democracia y las nuevas tecnologías de la comunicación*. (Trad. Pedro Pasturenzi), Argentina, Editorial Lozada

99. Rodríguez Manuel y Moreira Carlos (2011). *Comunicación Política y Democratización en Iberoamérica,* México: Universidad Iberoamericana, Centro Paraguayo de Estudios Sociológicos.

100. Rodríguez Mauro y Ramírez Patricia (2004). Psicología del mexicano en el trabajo. México, D.F: Mc Graw Hill

101. Rodríguez, Raquel (2004). *Teoría de la agenda setting: aplicación a la enseñanza universitaria*, [en línea]. España: A.F Alaminos. Consultado el 10 de febrero de http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/2297/1/Agenda_Setting.pdf

102. Roitman, Marcos (2003). *El Pensamiento sistémico. Los orígenes del social-conformismo*. México: Siglo XXI editores, CII de la UNAM

103. Sánchez, Enrique (1991). *Materiales para el Estudio de los Medios. Hacia una Cronología de la Televisión Mexicana* [En línea]. Guadalajara México: Universia. Recuperado el 8 de febrero de 2015 de http://dspace.universia.net/bitstream/2024/1192/1/CRONOLOGIA+DE+LA+TELEVISION+MEXICANA-1.pdf

104. Sánchez, Enrique (1991, septiembre). *Hacia una periodización y cronología de la televisión mexicana.* Comunicación y Sociedad (Núm. 10) Pp.263-266.

105. Sánchez, Francisco (2010). *Las formas de medición del fenómeno político*. Puebla, México: Benemérita Universidad Autónoma de México.

106. Sánchez, Miguel (2009). *Juego de Ojos la Primera Televisión Mexicana*. [en línea] México: Razón y palabra. Consultado el 24 de marzo de 2015. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/jojos/2009/mar26.html

107. Sarasola, Irene (S/F) *Medios de comunicación,* [en línea]. Madrid, España. Consultado el 5 de febrero de 2015 de http://www.galeon.com/rubiancomunicate/

108. Sartori, Giovanni, (1997*). ¿Qué es la democracia?* Madrid, España: Taurus

109. Sartori Giovanni, (2009). *La democracia en 30 lecciones.* (Trad. Pradera, Alejandro). México, D.F: Taurus

110. Sartori Giovanni (2003). "*Videopolítica: Medios de información y democracia de sondeo*". México, D.F: Fondo de Cultura Económica

111. Segovia, Rafael (1975). *La Politización del niño mexicano* (1ª edición). México, D.F: El Colegio de México.

112. Serra, Andrés (1998). *Diccionario de Ciencia Política*. México, D.F: Fondo de Cultura Económica.

113. Solano, Marisol (2005). *Consumo de Medios y Cultura Política* (Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación). Universidad de las Américas Puebla, Puebla, México.

114. S/A (2007). *Los medios de comunicación en México: Televisoras y Conductores* [en línea]. México, D.F: Parametría. Consultado el 20 de abril de 2014 de http://www.parametria.com.mx/carta_parametrica.php?cp=4088

115. *Tres géneros teatrales humorísticos* (2007). [en línea]. Paraguay: ABC. Consultado el 13 de agosto de 2015 de www.abc.com.py/articulos/tres-generos-teatrales-humorísticos-088458.html

116. S/A (2013, mayo 22). *Lo que los mexicanos prefieren en la TV, según Parametría* [en línea]. México: Animal Político. Consultado el 8 de julio de 2014 de http://www.animalpolitico.com/2013/05/los-mexicanos-prefieren-la-tv-a-los-periodicos-parametria/#axzz36yHPTTiI

117. S/A (2014). *Guía para entender el nuevo dictamen de la #LeyTelecom y la preponderancia* [en línea]. México, D.F: Sopitas. Consultado el 13 de diciembre de 2014 de http://www.sopitas.com/site/345560-ya-hay-nuevo-dictamen-de-leytelecom-favorece-a-televisa/

118. S/A (2014). *Televisa única televisora en mundo declarada preponderante: Tejado. Con Paola Rojas* [en línea]. México, DF: Radio Fórmula. Recuperado el 12 de marzo de 2014 de http://www.radioformula.com.mx/notas.asp?Idn=395811

119. Televisa (2014) *Empresas de Grupo Televisa*. [en línea], México, D.F. Consultado el 27 de junio de 2014 de http://www.televisa.com/empresas-del-grupo/

120. *Testaferro* (S/F). Real Academia de la Lengua Española [en línea]. Madrid, España: Real Academia de la Lengua Española. Consultado el 15 de agosto de 2015 en lema.rae.es/drae/srv/search?id=AGYXmZIKZDXX2j0hwibf

121. Toral, Santiago (2011). *La Teoría de los Dos Pasos*. [en línea], Buenos Aires, Argentina. Consultado el 9 de febrero de 2015 de http://comunicacion2ucg.blogspot.mx/2011/04/la-teoria-de-los-dos-pasos.html

122. Torres, David (2000). *Sistema Político* en Léxico de la Política (P.p. 682-686). México, D.F: Fondo de Cultura Económica. // *Sistema Político.* Léxico de la Política (P.p. 682-686). México, D.F: Fondo de Cultura Económica

123. Torres, Javier (2001). *Poder, política y derecho*. Metapolítica 5, (20), 11-39

124. Torres, Mauricio (2014). *20 puntos clave en las nuevas leyes sobre telecomunicaciones* [en línea], México, D.F.: CNN México. Recuperado el 24 de febrero de 2015 de http://mexico.cnn.com/nacional/2014/07/09/20-puntos-clave-en-las-nuevas-leyes-sobre-telecomunicaciones.

125. Trejo, Raúl (2011). *Quiénes, cuántos y dónde controlan la televisión mexicana* (S/L). Consultado el 04 de octubre de 2013, disponible en https://mediocracia.wordpress.com/2011/11/03/quienes-cuantos-y-en-donde-controlan-la-television-mexicana/

126. Valencia, Alejandra (2012). *Primeros Estudios. Teoría de la aguja hipodérmica* [en línea]. Puebla, México: Universidad de las Américas Puebla.

Consultado el 1 de febrero de 2015, disponible en http://web.udlap.mx/co21502/primeros-estudio/

127. Villamil, Jenaro (2010). *El sexenio de Televisa*. México, D.F: Grijalbo.

128. Villamil, Jenaro (2012). *La imposición*. Proceso, (1861), 6-9

129. Villamil, Jenaro (2012), *Peña Nieto el Gran Montaje*, México, D.F: Grijalbo

130. Villamil, Jenaro (2009), *Si Yo Fuera Presidente*, El Reality Show de Peña Nieto, México, D.F: Grijalbo

131. Weber, Max (1997). *Sociología de la Religión*. México, D.F: Coyoacán

132. Winocur, Rosalía (coord.) (2002). *Algunos enfoques metodológicos para estudiar la cultura política en México, DF*: Miguel Ángel Porrúa e IFE.