

## Agendas mediáticas de gobiernos y grupos de poder

**Por: Javier Hernández Alpízar. 16/01/2025**

“En los países parlamentarios, los gobiernos sucumben casi siempre por obra de la prensa; pues bien, vislumbro la posibilidad de neutralizar a la prensa por medio de la prensa misma. Puesto que el periodismo es una fuerza tan poderosa, ¿sabéis qué hará mi gobierno? Se hará periodista, será la encarnación del periodismo.”

(Maquiavelo, personaje de Maurice Joly, *Diálogo en el Infierno entre Maquiavelo y Montesquieu*)

Actualmente están en ascenso político y electoral movimientos populistas, nacionalistas, chauvinistas, antiinmigrantes, misóginos y racistas. En Estados Unidos, mujeres y hombres afrodescendientes y latinos (de ascendencia mexicana muchos de ellos) votaron por un candidato que promete cerrar las fronteras y equipara a los migrantes mexicanos con Hannibal Lecter, un caníbal, personaje en el cine hollywoodense.

Una de las estrategias de su arrollador triunfo electoral fue usar las redes digitales para entregar a los electores información relacionada con las fobias de cada uno (conocido y atendido, como en una caverna personal, por los algoritmos); por ejemplo: si eres antimusulmán, te dicen que la candidata republicana es proislámica; si eres antijudío, te dicen que ella es projudía.

En México, una formación personal o de colectivos críticos se puede alcanzar solamente a contrapelo de medios hegemónicos que han favorecido a grupos de poder en momentos históricos determinados. Aquí trataremos brevemente de dos casos, la Televisa monopólica en la era del PRI, y Mexicanos Contra la Corrupción, con un periodismo y un activismo militante en contra de Morena y sus políticas. Son sólo dos casos, pero nos pueden ayudar a poner sobre la mesa la necesidad de formarnos críticamente para no consumir pasivamente la información, sino someterla a un proceso crítico.

Esto es importante porque tenemos que saber los grupos de interés y de poder que sostienen a cada medio y estar conscientes que sus intereses orientan su agenda, y al mismo tiempo: de que el hecho de que sean de una u otra tendencia no significa

que todo lo que dicen sea falso o que los de tendencia opuesta tienen el monopolio de la verdad. La verdad es un asunto complejo y no podemos abandonar su búsqueda para apoltronarnos en la comodidad de la “posverdad” o las verdades al gusto del cliente.

## Televisa: los soldados del PRI

Emilio Azcárraga, principal socio de la empresa privada Televisa, por entonces, *de facto*, monopolio de la televisión en México, en un *lapsus* de sinceridad cínica, declaró que su empresa y su programación estaban al servicio del partido-gobierno: “Somos soldados del PRI”. Esta declaración la hizo en un momento en que el poder del Partido Revolucionario Institucional (PRI) era todavía el poder sin contrapesos de un partido de estado, dominante y hegemónico en un país en el que había elecciones y siempre ganaba el PRI.

En 1993, eufórico por el hecho de que la telenovela “Los ricos también lloran” era un éxito internacional, el “Tigre” Azcárraga hizo otra de esas declaraciones que revelan mucho: “México es un país de una clase modesta muy jodida, que no va a salir de jodida. Para la televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y de su futuro difícil”.

Para quienes viven en un México en que Televisa sigue teniendo peso, pero ya no monopoliza la información y el entretenimiento para las masas en México, las declaraciones de Emilio Azcárraga pueden resultar expresiones que necesitan contexto para comprenderse.

Primero, por lo menos desde el año 2000 estamos acostumbrados a que partidos diferentes al PRI pueden ganar las elecciones y gobernar el país y también gobernar los estados y que no tiene que ganar forzosamente el PRI. Pero esto no siempre fue así. Todavía en el sexenio de Ernesto Zedillo, existiendo partidos de oposición que llamaban a votar contra el PRI y a desbancarlo de la silla presidencial, muchos mexicanos no se imaginaban una derrota del partido de estado: por ejemplo, si en una encuesta les preguntaban: “¿cómo sería el día siguiente a que el PRI perdiera una elección presidencial?”, en lugar de imaginar y contestar qué pasaría en ese hipotético caso, contestaban que eso no pasaría, y que el PRI no perdería, incluyendo en eso todas las posibilidades, como que perdiera pero se impusiera mediante un fraude como en 1988.

Uno de los pilares de esa dominación y hegemonía era Televisa, en tanto que “soldados del PRI”, según sus propias palabras. Al tener el monopolio de lo que la mayoría de los mexicanos veían: noticias, telenovelas, deportes, series, barra cómica, programas musicales, programas para niños, caricaturas, documentales, películas, e incluso los programas culturales (por ejemplo, Octavio Paz explicando cualquier tema, porque un intelectual mexicano habla de lo que le pregunten, parece saber de todo; otro ejemplo: Juan José Arreola). Televisa se proponía, y en parte lo lograba, formar sujetos. Su revista *Eres* le decía a los jóvenes cómo tenían que ser, por ejemplo, como Talía, del grupo Timbiriche; y la revista *Somos* les decía a todos los mexicanos cuáles eran sus orígenes e identidad: el cine de la época de oro y sus estrellas, como Pedro Infante, Jorge Negrete, Sara García o Ninón Sevilla y Lilia Prado. Además, se proponían como “Familia”, de manera que eran la célula de una sociedad mexicana cuyo nacionalismo se cifraba en una programación dominada por Telenovelas y un *playlist* de canciones de la industria musical Televisa, o hacía icónica en el mundo a la “vecindad del Chavo del Ocho” como el modo de “ser mexicano”. Para sectores más intelectualizados, además de Octavio Paz dando cátedra en la pantalla, estaban los biográficos Clío (que desde luego, tuvieron su extensión en documentales para TV), producidos bajo la coordinación empresarial de Enrique Krauze: por ellos, el candidato Vicente Fox podía decir que México tenía grandes personajes históricos como Porfirio Díaz, Madero y María Félix. Y desde luego, podría haber agregado Pedro Infante, Jorge Negrete y Javier Solís. (Hoy esas revistas se venden como reliquias en Mercado Libre, un ítem más del fetichismo de la mercancía.)

¿Qué de político tenía todo esto? Era quizá, ante todo, una sensibilidad, un sentimiento de conformidad: por ejemplo, podían televisar el debate entre los candidatos presidenciales Ernesto Zedillo, Cuauhtémoc Cárdenas y Diego Fernández de Cevallos. El panista se dedicó a hacer pedazos a Cárdenas, mientras Cárdenas lucía su aire desangelado e invitaba al panista a unirse electoralmente para sacar al PRI de Los Pinos. Al final, la televisora entrevistó a Juan Gabriel, y el cantautor dijo que quién ganó el debate fue Fernández de Cevallos, pero luego le preguntaron por quién iba a votar y Juan Gabriel dijo que por “el señor Ernesto Zedillo”. Todos con Televisa: todos con el PRI.

Pese a que Televisa formó generaciones de mexicanos en “valores” como amar la cultura norteamericana, el capitalismo, el neoliberalismo (Chespirito invitó a votar por el PAN en el 2000, con un “nos vemos el Fox de julio”, cuando el sistema se abrió a

la alternancia y Televisa a negociar nuevos horizontes), la libre empresa y el consumo (Chabelo inició en el consumo chatarra a varias generaciones de niñas y niños).

Tal vez se anunció que algo cambiaba cuando Paco Stanley fue candidato del PRI y no ganó, porque sus vecinos no votaron por él. Tras la derrota, también él refrendó su priismo (tan militante como el de Azcárraga) y, al preguntarle si volvería a ser candidato, contestó que él ayudaba al PRI con su trabajo cotidiano, es decir, sabía que hacer televisión insulsa todos los mediodías favorecía la formación de clientelas electorales priistas.

Quizás el último triunfo que logró Televisa fue vestir con el glamour de una Telenovela a la pareja de Peña Nieto y Angélica Rivera, quien en breve, dicen, regresará a las telenovelas o al menos a la pantalla chica.

### **Mexicanos contra la Corrupción: un periodismo con agenda política antigobierno**

Mexicanos Contra la Corrupción es otro caso de relación entre un grupo de poder (fundado por Claudio X. González y presidido por María Amparo Casar) y la información. Es un modelo distinto: porque una sociedad mexicana que fue exigiendo otras fuentes de información, de noticias, de comentarios, que se fueron abriendo paso en radios de empresa privada (por ejemplo Radio Red) y en medios públicos como Radio, UNAM (por ejemplo El Valedor) y Radio Educación o Canal Once, y en medios impresos como Excélsior (el de Julio Scherer, tomado por asalto por el gobierno de López Portillo en 1976), Proceso, Unomásuno y La Jornada, en diversas etapas entre los setenta y los ochenta, abrió un nuevo mercado que buscaba información por otros canales (entre otros, los videos de Canal 6 de Julio).

Así, Mexicanos Contra la Corrupción hace periodismo de investigación en un país al que ya han ido acostumbrando al periodismo de investigación medios como Animal Político, Proceso y Aristegui Noticias.

En Mexicanos Contra la Corrupción publicaron reportajes acerca de la corrupción en los gobiernos de Calderón y Peña Nieto y exhibieron a personajes como Elba Esther Gordillo, Fidel Herrera Beltrán, Luis Armando Reynoso (ex gobernador de Aguascalientes), Arturo Montiel, Tomás Yarrington y Eugenio Hernández (ex gobernador de Tamaulipas).

Ante reportajes de corrupción en el sexenio de Andrés Manuel López Obrador, Mexicanos Contra la Corrupción han sido cuestionados por ser una empresa de Claudio X. González, empresario que abiertamente ha hecho política opositora a Morena, por la presencia de Amparo Casar y, sobre todo, por recibir financiamiento de los Estados Unidos. Ese mismo cuestionamiento lo hicieron a la organización de derechos humanos y libertad de información y expresión Artículo XIX, por recibir dinero de la USAID, misma que también financia a varias instituciones del gobierno mexicano encabezado por Morena.

En el caso del papel de Mexicanos Contra la Corrupción, este grupo es percibido y criticado como partidista y antigobierno. El impacto que puede tener en el gran público es mucho menor al que en su momento tuvo Televisa, porque esta empresa era monopólica y no solamente tenía noticieros, sino entretenimiento. En cambio, hoy una persona que desee informarse puede leer Mexicanos Contra la Corrupción y contrastar su perfil informativo con otros, incluidos medios afines al gobierno y cuya línea editorial es una clara defensa de Morena y sus políticas, como La Jornada, Unomásuno o Contralínea, o medios de derecha que también publican información crítica como Reforma, El Universal, Milenio.

Repetimos: Decir que un medio es afín a un grupo de interés o de poder no significa que todo lo que publica es falso, ni que un grupo afín a un partido publica solo la verdad. Saber la inclinación política, ideológica o partidaria y electoral de un medio de información es un dato más a tomar en cuenta, no el único. Podemos tener claro que la “Rayuela” de La Jornada es un buzón de mensajes en clave entre los poderes gubernamentales color guinda, pero eso no significa que no hay que leer La Jornada, sino que hay que leerla críticamente: un lector crítico no acepta un medio informativo como su Biblia.

Lo importante ante estos fenómenos de grupos de poder y de sus agendas mediáticas es que cada lector o televidente procure formarse un criterio, porque internet, donde se forman opiniones mayoritarias hoy, es un mar de información, ahí

ya no nos enfrentamos a la subinformación sino a su opuesto; la sobreinformación, en la que, sin criterios, una persona se pierde. Puede pedir en un buscador información sobre un tema y encontrar miles de entradas a textos, audios o videos y páginas web con visiones opuestas. Por ejemplo, pro Israel o pro Palestina; pro Rusia o pro Ucrania. Como dicen humorísticamente los zapatistas: “si no estás bien confundido, es porque no estás bien informado”.

Sintomáticamente, en tiempos en que aparentemente la información estaría al alcance de todos, hay sectas que defienden la creencia de que la tierra es plana. Y quienes creen que la tierra es redonda, lo creen también por fe, como quienes aseguran que es plana, pues no cuentan con una formación científica para no solamente asumir una creencia u opinión, sino poder justificarla con argumentos que sean públicamente revisables.

Así, la política se ha vuelto de blancos y negros, sin grises ni tonos intermedios. Probablemente es un triunfo de la simplicidad que enseñó a su público Televisa: la heroína (sumisa, conservadora) contra la villana (activa, rebelde) o, en la lucha libre, “la eterna lucha del bien contra el mal”.

Hoy es necesario comprender que no basta con información, ni siquiera con mucha información, sino que falta la formación de criterios, como diría Paulo Freire convertir la curiosidad ingenua en curiosidad crítica, científica de ser posible, porque, y esto lo dijo Jean Piaget: la gente no entiende lo que ve, sino que ve lo que entiende. Y es claro que cuando algo no lo entiende, no lo ve: aunque sea un elefante en la sala.

Así que construir una cultura crítica, a contrapelo de los grandes monopolios del entretenimiento y la información, pues frente a Televisa o Mexicanos contra la Corrupción, hay gigantes mucho más poderosos como Hollywood, Netflix o Disney, implica formar lectores, personas que escuchen, que se formen un criterio escéptico o crítico y pongan en tela de juicio lo que les dicen medios de masas, diarios, libros, actores políticos, líderes, gobiernos, iglesias y partidos o grupos de poder, porque a las redes digitales les van a seguir las *fake news* elaboradas mediante inteligencia artificial (fotos, videos, audios), así que se pueden multiplicar los terraplanistas o los defensores de que la tierra tuvo siempre las mismas especies y no hay evolución.

Probablemente necesitamos una nueva ilustración, actualizada, crítica, que defienda la pluralidad y la tolerancia, pero sobre todo: la crítica, la libertad de opinar informada, responsable, capaz de argumentar. De lo contrario, como piensa

Giovanni Sartori, en *Homo videns*, entramos en una era de menor capacidad de pensar críticamente, deslumbrados por las imágenes (Tik Tok) y la inmediatez de las redes. Eso es políticamente muy peligroso, porque la política necesita de habla, escucha, lenguaje, discusión, pensamiento, diálogo, debate, mediaciones en lugar de inmediatez, y no sólo de constructos televisivos y espectáculo.

Platicar en colectivos con serenidad, sin ánimos de proselitismo, puede ayudarnos a cuestionar los contenidos de una esfera mediática tóxica que está logrando triunfos como hacer creer a las personas que cada quien su verdad (posverdad) y que puede rechazar las verdades incómodas con un simple “tú crees eso, yo creo otra cosa.”

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Zapateando wordpress

**Fecha de creación**

2025/01/16