

**PARTIDO DEL TRABAJO**



**MEDIOS EN TRANSICIÓN:  
ARENA DE LA POLÍTICA**

POR: RAFAEL ABASCAL Y MACÍAS

PARTIDO DEL TRABAJO



MEDIOS EN TRANSICIÓN:  
ARENA DE LA POLÍTICA

POR: RAFAEL ABASCAL Y MACÍAS

Artrastrados por la vorágine política de los últimos años, la televisión, radio y prensa escrita han experimentado transformaciones que aún no cesan. La alternancia sin transición ha generado nuevos fenómenos que impulsan cambios dinámicos; para la sucesión presidencial adelantada, es la arena de lucha

Los medios de comunicación masiva definen temas e imponen nuevas formas de concebir la agenda política, siguiendo la tendencia global que muestra cómo una noticia puede convertirse en un escándalo.

## **MEDIOS EN TRANSICIÓN: ARENA DE LA POLÍTICA**

POR: RAFAEL ABASCAL Y MACÍAS

Todo ello, sustentado en una mayor libertad de expresión, de la posibilidad de denunciar abusos de las autoridades, los actores políticos y los factores del poder, entre otros, ha generado una dinámica en que se funde la información con el entretenimiento, la trivialización de las noticias, se han acercado los límites entre lo público y lo privado, con una frontera en ocasiones imperceptible, así como la cultura de la política del escándalo, a manera de

.Arrastrados por la vorágine política de los últimos años, la televisión, radio y prensa escrita han experimentado transformaciones que aún no cesan, la alternancia sin transición ha generado nuevos fenómenos que impulsan cambios dinámicos; para la sucesión presidencial adelantada, es la arena de lucha

Los medios de comunicación masiva definen temas e imponen nuevas formas de concebir la agenda política, siguiendo la tendencia global, de presentar a la política como una forma de entretenimiento, que llega hasta el escándalo.

Todo ello, sustentado en una mayor libertad de expresión, de la posibilidad de denunciar abusos de las autoridades, los actores políticos y los factores del poder, entre otros, ha generado una dinámica en que se funde la información con el entretenimiento, la trivialización de las noticias, se han acercado los límites entre lo público y lo privado, con una frontera en ocasiones imperceptible, así como la cultura de la política del escándalo, a manera de

los reality show.

En la sociedad del arranque del siglo XXI, la presencia de los mass media ha rebasado el límite de la política y lo público, alcanzando el ámbito privado, difundiendo en las pantallas o primeras planas el espectáculo de la intimidad. La democracia, la libertad de expresión y la creciente percepción de que los personajes públicos no tienen derecho a la privacidad, es punto medular de las argumentaciones de las empresas y corporaciones mediáticas. Aunque también hay que reconocer que en esta etapa de erosión de la política de los tiempos actuales, los personajes públicos han llevado a los medios partes esenciales de su vida privada, haciéndola pública e incluso como una estrategia política; un ejemplo emblemático es el que ha usado el presidente Vicente Fox y su esposa, Marta Sahagún, de referirse a la "pareja presidencial" como con derechos gubernamentales inherentes a la presidencia de la República para ambos. De esta manera se ha venido rompiendo el pacto entre la sociedad y los medios, de garantizar el

respeto estricto a lo privado.

Arrastrados por la vorágine política de los últimos años, la televisión, radio y prensa escrita han experimentado transformaciones que aun no cesan. Este dinámico proceso ha estado impulsado fundamentalmente por los avances tecnológicos y lo errático de la transición democrática, que en el 2000, con la llegada de Fox a Los Pinos, se concretó la alternancia en el poder presidencial, terminando con siete décadas de regímenes priístas.

Pero al no impulsar los cambios ofrecidos y no desmontar la estructura de poder y corrupción del tricolor, el gobierno foxista ha generado una etapa confusa y de incertidumbre, donde no se han establecido las reglas del juego político, de lucha entre grupos, partidos o intereses en los medios, como la videocracia o la política del escándalo.

Reestructuración mediática: transición y credibilidad

No es tarea fácil explicar o determinar el futuro de los medios de comunicación en México, especialmente en esta etapa de retroceso de la democracia, de alternancia sin transición de ahora al 2006 y hay que tomar en cuenta los pocos estudios teóricos y empíricos que se han realizado sobre ellos.

Sin embargo, es factible señalar algunas tendencias posibles a partir del análisis de cuatro variables que en los últimos años han intervenido en su reconfiguración

1.- Globalidad y crisis económica. La apertura comercial y financiera producto de los tratados de comercio en vigor, como el de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, planteó de inicio un contexto distinto y nuevas exigencias para los medios nacionales, acostumbrados a moverse en el espacio de un sistema político cerrado, que no exigía o deseaba transformaciones.

Las necesidades propias de la información que implicaba cubrir ese proceso trascendental

para el desarrollo del país, obligó a la mayoría de los medios a transformarse de manera estratégica y prioritaria para adaptarse a un mundo global, cada vez más complejo y especializado, de transformaciones tecnológicas, de sistemas de información y las telecomunicaciones. Las empresas de medios se han vuelto mucho más competitivas por el impacto de la visión global y la necesidad de trascender las fronteras, para incorporarse a las grandes carreteras de la información a escala mundial, provocando un fuerte proceso de reacomodos y reestructuraciones empresariales, así como de periodistas, conductores y comunicadores; alianzas entre grupos y cadenas nacionales e internacionales. Hay una significativa dinámica de surgimiento, desaparición y reestructuraciones empresariales en los medios.

2.- Cambios de propiedad. Como consecuencia de lo anterior, la propiedad de las televisoras, radiodifusoras y empresas periodísticas fue adquiriendo otro perfil, con cambios de propietarios o la llegada de nuevos

accionistas e inversionistas, generando reagrupamientos y cambios que aún no han terminado. Estamos en una etapa dinámica de reacomodos con miras al 2006, donde las tendencias esenciales son la dirección unipersonal, por privilegiar el entretenimiento y los espacios informativos; estando presentes los intereses de los dueños o las presiones de los grupos más poderosos en lo económico o político, han tenido cierta influencia en la línea editorial.

3.- La cultura y política del escándalo. Son notables los avances en la pluralidad de las opiniones y en los temas que cotidianamente se debaten en las pantallas, los espacios radiofónicos y las páginas de los periódicos y revistas, pero existe una tendencia creciente que cobra fuerza, pero por sus características efectistas resulta riesgosa para conseguir una información equilibrada. En la búsqueda del mayor rating, de la nota de ocho columnas más impactante, se han privilegiado noticias que no pocas veces carecen de sustento informativo o se

dimensionan sobre otras que merecen mayor atención. La noticia como espectáculo en este sentido sustituye o esconde lo importante, lo trascendental.

Este fenómeno que hemos vivido en los últimos meses con la difusión de los videoescándalos de corrupción en el GDF, el PRD y que involucran al ahora ex jefe de Gobierno que se ha mantenido al frente de las listas de popularidad y preferencias hacia el 2006, que ha llegado en un fuerte enfrentamiento entre el presidente Fox y sus instituciones SHCP, PGR y Segob con Andrés Manuel López Obrador, como parte de la lucha adelantada por la presidencia.

4.- Transición democrática. Lo errático e incierto de la transición democrática mexicana que es el factor determinante e indiscutible en la permanencia de todo régimen político, la mayoría de los medios de comunicación, sobre todo los electrónicos, tradicionalmente han funcionado como legitimadores y socializadores de la ideología oficial.

Sin embargo, el hecho de que se dio la alternancia en el poder presidencial, sin cambio hacia la transición democrática, ha generado un significativo cambio en el papel de los medios en esta etapa con claros retrocesos en la democracia y sin reglas para el juego político.

En el 2000 se derrumbaron los pilares del sistema priísta, que ya llevaba un largo proceso de descomposición, de la transformación social y de las exigencias del mercado; la relación de subordinación ha empezado a cambiar por otra de carácter más plural y crítico. Estos fenómenos han fortalecido medios masivos de comunicación más independientes y plurales, con enorme poder de penetración e influencia en tiempos electorales y son el hilo de conducción entre partidos, líderes y electores, así como en los procesos de cambio o lucha por el poder. Las políticas gubernamentales, de poder y partidarias están ligadas a los mass media, que se ha empezado a llamar por politólogos como "mediocracia".

5.- El negocio de la política. Las precampañas, los procesos internos y las campañas proselitistas de los partidos políticos, así como la promoción de la gestión gubernamental en los tres niveles de gobierno, se han convertido en un negocio sumamente redituable, creciente, especialmente en los medios masivos de comunicación electrónicos, que ha generado una nueva dinámica entre la política y las empresas mediáticas.

El paradigma que ha mostrado su validez y funcionalidad a partir especialmente del 2000, de quien tenga la mayor cantidad de recursos para pagar al mejor publicista y contratar los horarios estelares en la radio y la televisión podrá ganar el puesto por el que concurse, desde presidente municipal, gobernador hasta presidente de la República.

Los montos de estas relaciones de negocios pueden hacer que se creen complicidades o favoritismos entre las empresas mediáticas, con los aspirantes y partidos políticos, que pueden generar sesgos y poner en

riesgo la ética periodística; se han generado casos de facturaciones muy por debajo de los precios del mercado o de alguna manera ocultar la fuente de pago, entre otros.

También hay el fenómeno de alineamiento entre una corriente política o partido político con algún medio, con la intención de influir en los procesos electorales, para favorecerlos, por encima de la verdad periodística o alterando los hechos. Los políticos, sus actores e instituciones han elegido la arena de los medios masivos de comunicación para dirimir sus problemas o confrontaciones, como arma política y realizar juicios sumarios.

Ahora los mass media, la política y la gestión gubernamental se han convertido en una trilogía que no puede entenderse uno sin los otros, en un entorno donde la transición fallida ha debilitado la vida institucional y también hay regresiones autoritarias; junto con un desencanto creciente de la ciudadanía por la política y los partidos, lo que ha deformado las acciones de unos grupos contra otros para llamar

su atención, ya sea a través de los videoescándalos, intervenir en la vida privada o a manera de los reality shows; devaluando la política.

Lo que ha puesto en conflicto o creado contradicciones entre el concepto que la democracia, la libertad de expresión y la creciente percepción de que los personajes públicos no tienen derecho a la privacidad, es punto medular de las argumentaciones de las empresas y corporaciones mediáticas; pero que la transición sin cambio en los tiempos del gobierno de la alternancia, ha creado pantanos y arenas movedizas en estos temas y espacios de interacción, generando incertidumbre y descontrol.

La crisis de la democracia y de la política se ha visto también reflejada en los medios, que los obliga a redefinir su papel ante la sociedad; en este ambiente se observan contradicciones, una línea difusa de comportamiento en donde están readequando las posiciones políticas frente al poder y ante los propios grupos de

interés. Al perderse el hilo conductor que llevaría a la transición democrática, los medios



**UNIDAD NACIONAL  
¡TODO EL PODER AL PUEBLO!**

**1a Edición Noviembre 2005**

ESTA EDICIÓN ES SUPERVISADA POR EL PARTIDO DEL TRABAJO, UBICADA EN AV. CUAUHTÉMOC NO. 47 COL. ROMA, C.P. 06700, DELEG. CUAUHTÉMOC, MEXICO, D.F. Y CONSTA DE 3000 EJEMPLARES Y SE IMPRIMIERON CON CLAUDIA HERNÁNDEZ CORONA ESCUADRÓN 201 NÚM. 20 COL CRISTO REY DELEG: ÁLVARO OBREGÓN, MEXICO D.F. ESTA EDICIÓN SE TERMINO DE IMPRIMIR EL 16 DE NOVIEMBRE DEL 2005.