



IUS. Revista del Instituto de Ciencias Jurídicas  
de Puebla A.C.

ISSN: 1870-2147

revista.ius@hotmail.com

Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla A. C.  
México

Canales, Fernando

MEDIOS Y PODER POLÍTICO

IUS. Revista del Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla A.C., núm. 18, 2006, pp. 134-139

Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla A. C.

Puebla, México

## MEDIOS Y PODER POLÍTICO

Fernando Canales\*

### SUSTENTO DE LA INTELIGENCIA

Hay quien afirma, como por decreto, que las ideologías han muerto. Y no hay nada más falso: la ideología es la mirada a través de la cual miramos al mundo, la herramienta a través de la cual lo interpretamos, el mecanismo mediante el que nos insertamos en él. Y no podemos vivir sin mirada, sin herramienta, sin mecanismo.

Podrá pasar de moda una ideología específica, podrá perder vigencia tal o cual mirada del mundo; pero el hecho de mirar, la ideología como sustento de la inteligencia humana estará siempre presente. En pocas palabras, podremos cambiar de herramientas a medida que pasan los tiempos, pero no podemos vivir sin herramientas.

La ideología de cada cual define a su vez su concepto de justicia, de pobreza, de política, de solidaridad, de poder... (Por cierto, y tiene que ver con la ideología, ¿nos sometemos al poder, o lo retamos?, ¿lo acotamos y lo cuestionamos o nos rendimos

a sus encantos? ¿Lo admiramos o desconfiamos por principio de él? ¿Lo deseamos o pensamos que es un mal necesario? Eso, eso, tiene que ver con una ideología.)

Y desde luego, la ideología determina también las soluciones que suponemos para los problemas que plantea la vida social.

Así como no se puede hacer radio sin sonido o sin voz, ni televisión sin imagen, ni prensa escrita sin palabras y fotografías, tampoco se puede hacer periodismo sin ideología.

### LOS MEDIOS

Entonces todos, absolutamente todos los medios, nos presentamos ante la sociedad con una, otra, u otra ideología: impuesta por el dueño o condensada en equipo; expresa o tácita entre quienes elaboran los contenidos del medio. Ejemplos sobran: para citar uno, *La Jornada* es un periódico de izquierda y hasta ahí. Porque tener una ideología de izquierda no significa necesariamente ser perredista, o patriciamercadista. Es más, muchas veces los medios de izquierda son los críticos más rigurosos y objetivos de los partidos de izquierda.

### HABILIDADES O MAÑAS

Pero otra cosa muy distinta es que además de tener una ideología en los términos en que la hemos defi-

\*El presente texto fue leído por su autor, director de Noticiero Ultravisión de Noticias de Puebla en la Jornada Científica Internacional "Elecciones y Estado en América Latina", que se efectuó en Puebla los días 30 y 31 de agosto, organizada por el Instituto de Ciencias Jurídicas. Los títulos son de la Redacción.

nido arriba, se opte por un partido, grupo o persona, es decir, simpatizar, representar, defender y promover no ya una visión del mundo, sino la propuesta concreta de un partido político, un grupo, o una persona determinados.

Y esto, en principio, tampoco debería asustarnos a no ser que intervengan la hipocresía y la farsa. Es decir, un medio, un noticiero, un comunicador tiene todo el derecho de ser priista, panista, perredista o lo que le dé la gana, pero me parece que debería decirlo abiertamente a sus lectores, escuchas o pantallavidentes.

A lo que me parece que no tiene derecho es a fingirse abierto y democrático cuando, además de tener una inevitable ideología, le hace el trabajo a un partido, corriente o candidato concreto. Y creo que un medio no tiene derecho a hacer esto por una simple razón: acuérdense que somos comunicadores, de una u otra manera tenemos ciertas habilidades (o ciertas mañas) que nos han puesto aquí, frente al papel, el micrófono o la cámara. Esas habilidades o mañas nos dan cierta posibilidad de engañar o envolver incautos. En otras palabras, la llevamos robada, tenemos ciertas ventajas sobre los demás primero, porque disponemos del medio, y segundo porque estamos concentrados y dedicados a él, cosa que no hace el ama de casa, el obrero, el profesionista, el empresario que

se ocupa de muchas otras cosas y acude a nosotros para que le demos la información que él o ella no son capaces de captar simplemente porque no tienen tiempo.

#### ÉTICA Y MIEDO

Y aquí surge entonces, otra palabra clave: ética. ¿Tenemos los comunicadores derecho a hacerle el trabajo a un partido o grupo político o candidato? Sí. Y ejemplos abundan: en Estados Unidos hay un sinnúmero de periódicos, estaciones de radio o canales de televisión que abiertamente dicen: “Yo, además de tener una ideología, soy Republicano” o “Yo, además de la consabida ideología, soy Demócrata”. Pero en México todavía da mucho miedo decir abiertamente que un medio, un diario, un noticiero o nosotros mismos somos perredistas, priistas o panistas. En el fondo, lo que les da miedo a quienes están en esta situación es que gane el otro y quedar mal con el poder. Miedo a comprometerse o a perder privilegios.

Cambio entonces la pregunta: ¿tenemos derecho los medios y/o los comunicadores a ser panistas, priistas o perredistas, pero no decirlo claramente a nuestros públicos? Y cambia la respuesta: NO, porque no es ético, NO porque en el fondo, estaríamos engañando. NO, porque dejaríamos de proponer para imponer. Ocultar parte de la verdad, disfrazarla o disimularla es engañar.

#### PLURALIDAD O INVENCIÓN

Otra opción es la de los medios y comunicadores que, teniendo una ideología definida, no se casan ni están al servicio de un partido, candidato o grupo determinados. Es más, como parte de esa ideología, creen en la pluralidad de la sociedad. Medios y comunicadores que se abren lo mismo a los partidos que a las ONG, que dialogan con y permiten dialogar lo mismo a campesinos que a terratenientes, a sindicatos obreros que a patronales, a disidentes que a adaptados, a mayorías y a minorías. Caben aquí una anécdota y una pregunta: la primera, es que en una ocasión un señor secretario de Estado me dijo que “Concho Colotla”, “Pascual” y el movimiento de Tepeaca existían porque Sergio Mastretta y yo los habíamos inventado. ¿Se imaginan? Ese hombre pensaba que no había más voz ni más verdad que la oficial, es decir, la de él. Y la pregunta: ¿alguien sabe cuántos medios en Puebla entrevistaron a Lidia Cacho después del 14 de febrero? ¿Cuántos estuvieron dispuestos a escucharla tanto a ella como al equipo del gobernador Mario Marín?

#### LOS CAMALEONES

Y hay, hasta donde yo percibo, una posibilidad más, esa sí, indigna y pernicioso: la del camaleón, la del que tiene como única ideología el

dinero. Hay medios, aquí, entre nosotros, que un día amanecen panistas, otro perredistas y otro priistas, según quién pague más. Son capaces de cualquier cosa; con habilidad de comunicadores y experiencia de años, pasan por la vida empinados en la cama del poder pero vestidos de monjas ante el auditorio o el lector.

No lo invento, los he visto hacerlo. Y los he visto escribir lo que el poder les ordena, destruir lo que les viene en gana, y a la semana olvidar el tema porque ya no les pagan para que sigan pegando.

Lo trágico es que cambian tan rápido, se venden tan fácilmente, se hacen pasar por plurales como la prostituta que en una sola noche se acuesta con el empresario y con el albañil, con el perfumado o con el pustuloso con tal que paguen. No, lo suyo no es pluralidad ni apertura. Es dinero venga de quien venga.

#### UN PODER DESDE ABAJO

¿Cómo distinguirlos entonces?  
¿Cómo clasificarlos para elegir al que más nos guste? ¿Cómo saber quién nos engaña y quién no?

Veo sólo dos opciones.

La primera, la que menos me gusta, abarca sólo al radio y la televisión y requiere la intervención del Estado. Abarca a estos medios porque son concesionados y requieren la intervención del Estado porque es el Estado quien los concesiona.

Si se revisara el cumplimiento

del marco legal que rige a las estaciones de radio y televisión descubriríamos que muchas de ellas no cumplen con los compromisos mínimos que asumieron por ley al recibir la concesión y descubriríamos que, casualmente, suelen ser los que más se prostituyen, los que más engañan. Pero ¿quién va a ser el guapo que les retire las concesiones? ¿Fox? ¿El mismo Fox, al que en campaña le cobraban por un spot tres, cuatro o cinco veces más que a Labastida pero que al llegar al poder pactó con ellos y acabó promulgándoles una ley anticonstitucional y a modo y llenándolos de dinero más que cualquier priista para quedar bien con ellos? No, Fox no lo hizo y no lo va hacer.

¿Quién? ¿Nuestros políticos a los que chantajejan, golpean y calumnian por dinero pero que acaban pagando ellos mismos para que dejen de pegarles y chantajearlos? No, ninguno de ellos va a tener los arrestos de no comprarles publicidad porque le tienen miedo precisamente al chantaje y, por lo tanto son sus primeras víctimas? ¿O no?

¿Entonces quién? ¿Un presidente de izquierda, si llega, para que lo llamen dictador, represor y acabe confrontado no sólo con uno o dos o con diez medios, sino con todos los que saben que tienen cola que les pisen? ¿Para que le hagan una campaña en contra como ya se la están haciendo?

Y no nos hagamos tontos: el gobernador, el presidente municipal, los directores de comunicación social, los diputados oficiales y de oposición, los senadores y los candidatos de todos los partidos, los empresarios, los comerciantes, saben de qué y de quiénes estamos hablando, pero por conveniencia o por miedo siguen, en el mejor de los casos, patrocinándolos con publicidad; en el peor, untándoles generosamente la mano.

La otra opción para limpiar el local es más larga pero más noble y más segura. Consiste, diría yo, en construir, poco a poco, un país de ciudadanos, en vez de vasallos. Un país de hombres y mujeres críticos, ilustrados, libres, que no se vayan con el engaño, que con su opinión pública vayan sustituyendo a la opinión publicada por dinero, por canonjías, por privilegios o por cobardía. Ciudadanos que se articulen para llenar los espacios y propongan los temas, las agendas.

Y entonces sí, con un poder que venga desde abajo, desde los ciudadanos escuchas y televidentes, el Estado tendrá el suficiente sustento para impedir el juego sucio, ilegal, y revisar, por fin, quién o quiénes deben tener, por cuánto tiempo, en qué condiciones, las concesiones de radio y televisión.

Por si alguien no se ha dado cuenta, no critico a la crítica, no critico a la toma de posiciones ideológicas o a las preferencias partidistas, no

critico a la diversidad de puntos de vista, no critico a la pluralidad, no critico a los que piensan diferente de lo que pienso yo.

Critico, sí, a la prostitución, a la farsa y al chantaje. Critico al trabajo sucio que muchos comunicadores están haciendo hoy para preservar canonjías. Critico a quien engaña por dinero.

#### LA MISMA PIEDRA

En México presumimos de haber realizado una transición democrática sin sobresaltos en el año 2000. En realidad confundimos alternancia con transición. Estamos empanzanados en un conflicto poselectoral sin precedentes en el 2006. Independientemente de preferencias electorales, debemos reconocer las causas de la crisis para evitar tropezar otra vez con la misma piedra. Y las causas son evidentes: diputados y senadores que durante diez años prácticamente no tocaron el COFIPE (excepto para el voto en el extranjero); poca claridad en la elección de los representantes del IFE que, de ciudadanos pasaron a ser posiciones de partido; injerencia de los organismos cúpula de la iniciativa privada en la compra de spots publicitarios, lo que está prohibido por la ley, ante el silencio y la inoperancia del IFE; la confusión informativa del propio IFE; los insultantes gastos de campaña que los diputados autorizan para sus pro-

pios partidos y que resultan ofensivos para un país con una población pobre, como el nuestro; la injerencia del presidente de la República en el proceso electoral denostando permanentemente a uno de los candidatos; las campañas de descrédito —no de propuesta— que polarizaron a la sociedad convirtiendo no sólo a López Obrador sino, indirectamente, a sus seguidores y simpatizantes en un “peligro” para México; un nuevo elemento que, si bien no incide aún en la gran mayoría de los electores, vive en el paraíso del anonimato: me refiero a internet, a través de la cual se enviaron millones de mensajes de todo tipo, algunos de ellos emanados de la presidencia de la República y/o sus dependencias, sin que exista absolutamente ninguna regulación legal ni ética; la promulgación, con el obvio beneplácito presidencial, de una ley de medios claramente favorable a las grandes cadenas, las que no sólo absorben la mayor parte de los presupuestos electorales sino que inciden de manera abrumadora en la opinión ciudadana; la obsesión evidente de la presidencia por atajar la carrera de AMLO con un desafuero que, si era legal fue ilegalmente frenado o si era ilegal se convirtió entonces en un frustrado capricho personal de los grupos de poder, empezando por el presidente de la República, y una larga serie de factores más que no sé si den la razón a la Coalición por el Bien de

Todos, pero ciertamente le dan el pretexto, el motivo, para poner en tela de duda buena parte del proceso electoral.

#### TERCERA LLAMADA

Para terminar, no me conformo con las definiciones habituales, pero parciales, de democracia. Equilibrio de poderes, rendición de cuentas, igualdad de todos y cada uno ante la ley, son algunos de sus elementos constitutivos que, o no se cumplen, o se cumplen de manera muy deficiente. Pero centrémonos en uno solo de estos componentes de la democracia: la participación. Tendríamos sólo con este tema materia para muchas charlas y muchas discusiones. Baste esbozar que en México la participación real en la riqueza económica está vedada a más de 50 millones de ciudadanos mientras buena parte del Producto Interno Bruto se concentra en unas cuantas manos (casi el 50% de la riqueza nacional en sólo 10% de la población); la participación de la iniciativa empresarial se ve limitada por los grandes grupos de poder que literalmente aplastan la gran mayoría de las opciones emprendedoras (desde las tortillerías —aunque se asombren— hasta los medios de comunicación son ejemplos válidos); la participación política sigue sujeta al control informativo de dos grandes cadenas televisivas y a grupos de radio que cubren prácticamente

todo el país y responden a fuertes intereses de concesionarios y accionistas y, finalmente la participación en la cultura, que desarrolla una percepción más clara de la realidad y afina el sentido crítico de la sociedad pero que también es ajena a la mayor parte de los mexicanos, provoca que éstos normen en gran medida sus criterios valorales, políticos y de consumo, sus modelos de conducta y su percepción de la realidad a través de spots de 30 segundos, carentes de cualquier tipo de análisis.

Nos falta, pues, mucho camino que recorrer y muchos esfuerzos que realizar si queremos llamarnos una sociedad verdaderamente democrática y, por tanto, participativa en todos los rubros de la riqueza nacional (riqueza económica, política y cultural) y no estoy seguro que los grupos minoritarios que hoy disfrutan de los privilegios políticos, económicos y culturales estén dispuestos a ceder sus espacios para alcanzar una democracia verdadera y una sociedad más justa.

Por eso, más allá de Marcos en 1994 (primera llamada) o de López Obrador en 2006 (segunda llamada), prescindiendo de líderes y caudillos, el problema de la justicia persiste en el país. Mientras no lo resolvamos de fondo, no podremos hablar de una verdadera democracia. Espero de todo corazón que la tercera llamada no nos pille con los dedos en la puerta.

[Volver al Índice>>](#)