

EL ESTADO Y EL MODELO DE TELEVISION ADOPTADO EN MEXICO: EL SALINISMO*

Antonio E. Zarur Osorio

Profesor investigador del Depto. de Administración de la UAM-A

Los medios de comunicación masiva, se encuentran en el centro del juego del poder y la dominación en México. A través de ellos se expresa la ideología y la concepción que del mundo y la formación social tiene la fracción que detenta el poder político y económico en nuestro país.

Son los medios electrónicos y en particular la televisión, un fenómeno central en este juego y cuya relevancia está prácticamente fuera de todo cuestionamiento en tanto que se dirigen a garantizar la aceptación y expansión del modelo económico adoptado y bautizado en el salinato como liberalismo social: modernización y liberalización de los mercados, que hoy ha encontrado continuidad en el Plan Nacional de Desarrollo de Ernesto Zedillo, "un hombre de palabra y cuya congruencia se sustenta en hechos", según se publicitaba en junio de 1994 por Televisa, en ¡Quince minutos con E. Z.!

"La televisión refleja y confirma las ideas dominantes" –sostiene Giovanni Cesáreo (Gustavo Gili, Barcelona 1982)– y agrega: "El poder a cuyo servicio está la televisión no es una entidad abstracta, 'divina' sino es el poder de la clase dominante. A través de la televisión

es la clase dominante la que habla...y ha creado y desarrollado el actual modelo televisivo exactamente con el fin de satisfacer sus exigencias, defender sus intereses y difundir su ideología", concluye.

La televisión mexicana, privada y pública, fue estratégica durante los años del salinismo, al contribuir en la generación de los consensos necesarios que posibilitaran la viabilidad de un modelo de desarrollo que ha afectado negativamente los niveles de vida de millones de mexicanos y beneficiado notoriamente a un pequeño grupo de empresarios y de políticos priístas, metidos a empresarios. Prueba de ello son las elecciones del 21 de agosto de 1994, donde 17 millones de mexicanos, presionados por el bombardeo publicitario, notoriamente de la televisión, avalaron con su voto la estrategia salinista que, avisó desde sus inicios el impacto de los medios electrónicos en una sociedad como la nuestra.

Una vez concluido el proceso tras el cual fue designado presidente electo, en septiembre de 1988, Salinas planteó en Querétaro que: "No hay posibilidad de modernización en México, si no modernizamos la política... la modernización sería un cambio democrático apoyado en nuestras leyes, no se trata –agregó– de una modernización impuesta desde arriba o desde un cenáculo –y ya entrado en gastos remató– en este

* Este documento es un avance del proyecto de Investigación, *El Estado Frente al Modelo de Televisión Adoptado en México*.



proceso tendrán un papel fundamental los medios de comunicación. Como lo he señalado en otras ocasiones deben ser los comunicadores los que hagan las propuestas necesarias para su participación en el fortalecimiento de la democracia" (*La Jornada*, 28 de septiembre de 1988).

En consonancia con esta iniciativa salinista, el noticiero "Presencia Universitaria" producido por TV UNAM, que se transmitía en los canales de la televisora estatal Imevisión, entrevistó al Dr. Sergio Aguayo Quezada, el 16 de agosto de 1991 y cuando hablaba sobre la necesidad de unas elecciones limpias, libres e imparciales, el noticiero fue interrumpido sin ninguna explicación, muy de acuerdo con el estilo autoritario y prepotente que caracterizó a la gestión de Salinas, quien reafirmaba a la menor provocación que: "la modernización, tiene como punto de partida y método de trabajo el respeto al orden legal... y la urgencia del Estado de derecho" (*La Jornada*, 28 de septiembre de 1988).

En el sexenio salinista quedó claro, como nunca antes, el discurso de "doble fondo" que han manejado todos los gobiernos priístas de los últimos tiempos, caracterizado por un enorme esfuerzo de difusión que busca impactar a la colectividad sobre las supuestas bondades de un modelo, que en la práctica ha mostrado ser lesivo para los intereses de las grandes mayorías y que además es presentado como expresión de ellas mismas, esforzándose por otro lado en minimizar, desacreditar y aún desaparecer a todas aquellas voces

que se levantan para sostener una visión si no contraria, por lo menos sí, diferente de la dominante.

Resulta por tanto que, el neoliberalismo impuesto, es la aspiración de los mexicanos, pues según el multicitado Salinas: "hoy el Estado Mexicano, con el tamaño que tiene, tiene la fuerza para regular el mercado y además promover el crecimiento y sobre todo, justicia. Me parece que esto es lo que responde a lo que los mexicanos quieren" (*La Jornada*, 13 de noviembre de 1992).

Los "logros" del neoliberalismo salinista, continuado por Zedillo, saltan hoy por todos lados: tan sólo en el primer semestre de 1995 cerraron 19,300 empresas (*El Financiero*, 29 de marzo de 1995), el desempleo abierto, según INEGI, en febrero de este mismo año ascendió al 5.3% de la población económicamente activa (*La Jornada*, 19 de abril de 1995) y 21% millones de mexicanos se encuentran en el llamado sector informal de la economía, en tanto que 15.3 lo hacen en el sector formal (*El Financiero*, 19 de abril de 1995).

Además de el deterioro salarial, que según la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos, fue del 81% de su poder adquisitivo en el período 82-94 (*El Financiero*, 29 de marzo de 1995) y a todo ello podemos agregar el crecimiento de la pobreza y la pobreza extrema, la desnutrición y mortalidad infantil.

Hace algunos meses, en marzo de 1995, para ser exacto, el presidente cubano, Fidel Castro, sostenía en Copenhague que "la doctrina neoliberal impuesta al mundo, hace del desarrollo social un engaño... y donde los ricos se están haciendo más ricos y los pobres más pobres, donde la deuda externa de los menos favorecidos crece incesantemente, donde los capitales se fugan en cifras crecientes, no puede haber desarrollo social" (*La Jornada*, 13 de marzo de 1995).

México, es el ejemplo vivo de lo señalado por Castro, pues a la par del crecimiento de la pobreza, el "neoliberalismo real" ha permitido la incorporación de un significativo grupo de multimillonarios mexicanos a las listas *Forbes*, donde se da cuenta de las grandes fortunas mundiales, tal es el caso de Carlos Slim con 6 mil 600 millones de dólares y el socio mayoritario de Televisa, Emilio Azcárraga, con cinco mil 400 millones e inclusive se presume en la prensa que el señor Salinas aparecerá próximamente en la revista *Forbes*, con un capital de siete mil millones de dólares (*El Financiero*, 13 de mayo de 1995).

Cuando el modelo neoliberal impulsado en el salinismo empieza a crujir en enero de 1994 en Chiapas y "truenan" estrepitosamente en diciembre del mismo año, con los llamados "errores de diciembre", queda

al desnudo lo que muchos académicos, primordialmente, señalaron en su momento: “El paraíso neoliberal prometido puede resultar un mero espejismo –afirmaba José Luis Calva– dadas las asimetrías profundas entre México y los países del norte, así como, la ausencia de una verdadera política industrial y agrícola” (*El Financiero*, 3 de junio de 1994).

Los medios masivos de comunicación y en particular la televisión privada, jugaron y siguen jugando un papel determinante en tanto que formadores de las ideas y el consenso activo de los gobernados, para aceptar un modelo de desarrollo que sacaba su economía, educación, salud y trabajo y que además brinda una serie de distractores que evitan lleguen a analizar la congruencia existente entre las ideas vendidas y las condiciones concretas de su sobrevivencia. En este sentido, Lorenzo Meyer establece que entre los integrantes de la coalición que dieron base e impulsaron el neoliberalismo autoritario de Salinas aparte del Partido Acción Nacional, la Iglesia Católica y los beneficiarios de las privatizaciones, se encontró el monopolio de la televisión privada (30 de marzo de 1995) del que Luis Javier Garrido afirma: “ha sido durante décadas, no sólo un conjunto de negocios fundados en componendas ilegítimas por sus relaciones con el poder sino –sobre todo– un cómplice del gobierno en violación de los derechos esenciales de los mexicanos” (*La Jornada*, 13 de noviembre de 1992).

1. Salinismo y la Televisión Privada.

a) *Un antecedente necesario.* Cesáreo sostiene (*op. cit.*), que la clase dominante ha creado un modelo televisivo acorde a sus necesidades y ello me remite al año de 1947, cuando por acuerdo del entonces presidente Miguel Alemán, el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) fue designado para realizar una investigación que se encargara de analizar la forma en que operaban los dos sistemas de televisión existentes entonces: el estadounidense, basado en la operación privada y comercial de medio, y el inglés que funcionaba como monopolio estatal.

Para tal efecto el Instituto comisionó al escritor Salvador Novo, quien fue acompañado por el Ingeniero Guillermo González Camarena, empleado de la estación de radio XEW, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta y uno de los técnicos más reputados en el campo de la radiodifusión en México.

El objetivo específico de la Comisión era conocer los dos sistemas de televisión y a partir de los resultados, definir cual sería el más conveniente para el país y así normar la actitud gubernamental frente al entonces novedoso medio de comunicación electrónica.

En octubre de 1949, el director general del INBA, comunicó los resultados de la investigación a Alemán, en un documento que se divide en dos partes; una donde se describen los sistemas investigados, firmada



Foto: Carlos Cisneros. Archivo de la Fundación Manuel Buendía

por Novo y la segunda con resultados técnicos por González Camarena.

Para Novo, se trata de dos conceptos diferentes, en Estados Unidos la televisión ha recaído en manos de empresarios privados "asumiendo por ello el carácter de una industria más de explotación comercial. En Gran Bretaña, en cambio, radio y televisión caen bajo el dominio de un monopolio que excluye toda mirada comercial en el contenido que imparte a sus actividades".

"La diferencia –continúa Novo– y la absoluta incompatibilidad entre ambos sistemas podría entenderse mejor si, al reflexionar que radio y televisión atañen y alcanzan persuasivamente a todas las capas de la sociedad, consideramos que esta teóricamente asume la forma de una pirámide".

"Apoderarse de esta pirámide es la meta de radio y televisión –sentenció–... Pero los fines que se sirven mediante tal apoderamiento son –como los métodos– radicalmente diferentes. Al comerciante le importaría fundamentalmente llegar con sus programas a la base más ancha, que es la que garantiza el máximo de compradores...".

"La medida del éxito de un sistema comercial de radio o televisión, en consecuencia, es la del número de oyentes que conquista".

"La responsabilidad del monopolio no es para con los comerciantes", concluye Novo.

Por su parte el Ingeniero González Camarena planteó lo relativo a equipos, técnicas, costos y propuso: "en México la televisión se ha desarrollado exclusivamente a través de la iniciativa privada... sin colaboración oficial de ninguna especie, hasta la fecha... creo que si el gobierno diera su apoyo... a las personas interesadas en la televisión en nuestro país, en muy breve lapso podría México contar con sistemas, equipos y tal vez estaciones de televisión que pudieran compararse satisfactoriamente con las primeras del mundo".

Unos meses después de la entrega del documento, el Ingeniero González Camarena, solicitó y obtuvo la concesión para explotar comercialmente su difusora de televisión con las siglas XHGC, Canal 5, cuyos derechos pasarían años después a manos de Miguel Alemán Velasco, hijo del presidente.

A partir de entonces se vino desarrollando en México, un modelo de televisión, al que años después se agregaría la televisión estatal, lo que fue bautizado por el mismo Alemán Velasco como la "Fórmula Mexicana" donde conviven TV privada y TV estatal bajo el régimen de la llamada "Economía Mixta" (M. Ale-

mán. *El Estado y la Televisión*. FCE. 1976), pero con un claro predominio de la televisión privada, prácticamente un monopolio, agrego yo.

b) *La Televisión Salinista*. La televisión privada mexicana ha sabido mantener durante años una relación beneficiosa con los gobiernos priístas, que si bien, no ha estado exenta de contradicciones y aún conflictos, ha redundado en la presencia de un poderoso consorcio televisivo de un enorme poderío económico y político que ha puesto al servicio del gobierno su capacidad de penetración y conjuntamente con otras estrategias gubernamentales, como el programa salinista "Solidaridad", ha logrado mediante la publicidad, la parcialidad, el manejo tendencioso de la información, la exclusión de los adversarios, la generación de esperanzas, que gobiernos tan abiertamente privilegiadores de intereses particulares, como los de De la Madrid, Salinas y aún el actual de Zedillo, se mantengan en el poder y tengan un consenso, si bien es cierto cada vez menor, entre los mexicanos; permitiendo así la funcionalidad del sistema.

El ejercicio del poder en México, pasa por la televisión, y de ello están muy concientes tanto los concesionarios, como los que han gobernado al país durante los últimos años.

Emilio Azcárraga, presidente de Televisa, ha declarado en más de una ocasión su militancia priísta y se ha autoproclamado "soldado del presidente" –en turno, agrego yo– y hoy es tan zedillista, como ayer fue salinista y tal vez hasta colosista, aunque algunas veces se enoje con los medidas gubernamentales, como en lo relativo a las tasas de interés de los ajusta bonos, tal y como se lo informó José Córdoba Montoya a Salinas: "El viernes hablé con Azcárraga porque andaba muy inquieto... Emilio medio se enojó..." (*Proceso*, 22 de mayo de 1995).

Beneficiario concreto de las políticas gubernamentales salinistas, Televisa ha acaparado durante años la inversión publicitaria que se hace en México, baste señalar que durante 1994 obtuvo el 68% de la inversión que ascendió, según la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad, a 1,900 millones de dólares (*El Financiero*, 2 de marzo de 1995), lo que ha permitido a la poderosa empresa adquirir el 50% de la empresa de satélites PanAmsat, y es por ello capaz de transmitir su programación a cualquier punto del globo terráqueo, o adquirir (en Diciembre de 1992) por 550 millones de dólares la propiedad de la cadena de televisión Univisión en los Estados Unidos.

De igual manera y vulnerando el Estado de Derecho, con la complacencia directa del señor Salinas, el

monopolio virtual de la televisión en México peleó y obtuvo la posibilidad de transmitir en exclusiva los partidos de fútbol del jugoso negocio publicitario llamado Selección Nacional de Fútbol, cuyo contrato de exclusividad, hasta 1994, pertenecía a la televisora estatal Imevisión y su sucesora Televisión Azteca, tras pagar 7 millones de dólares.

Todo lo arriba citado se da durante el proceso de privatización de la televisión estatal (el cual abordé ampliamente en el No. 6 de *Gestión y Estrategia*), que paradójicamente redundó en mayores ventajas para el consorcio privado, que además obtuvo la posibilidad de explotar comercialmente 62 canales de televisión, el 17 de diciembre de 1992.

Salinas utilizó, como nunca antes ningún presidente lo hizo, la televisión para la promoción de su proyecto económico y de su imagen personal, con el propósito de garantizar la continuidad y vigencia de ambos en el futuro inmediato y con ello (aunque no exclusivamente) lograr su sueño dorado de no abandonar el poder que ejerció y del que supo beneficiarse tan notoriamente él, su familia y un pequeño grupo de otros 24 cuyos ingresos mensuales equivalen a lo que perciben 25 millones de mexicanos y hacen del país el segundo con la peor distribución del ingreso en el mundo (*La Jornada*, 1 de octubre de 1994).

Al finalizar el sexenio salinista, la televisión fue aprovechada particularmente, y sigue siéndolo hoy para desacreditar ante la "opinión pública" al movimiento armado que estalló en Chiapas el primer día de 1994, mismo en que se pondría en vigor el Tratado de Libre Comercio, firmado con Estados Unidos y Canadá, y de acuerdo con Guillermo Orozco Gómez la televisión cobró "un papel inusitadamente protagónico en la 'mediación' entre los acontecimientos... y su representación ante los televidentes... La mediación implica un alto grado de verosimilitud. Esta es una cualidad 'adherida' a la imagen que la dota de una apariencia de verdad. La verosimilitud facilita el que la representación televisiva se ofrezca al televidente no solamente como fidedigna, sino también como creíble" (*El Financiero*, 6 de marzo de 1995).

Todo ello fue corroborado y denunciado en su momento. Así por ejemplo la Académica Mexicana de Derecho Humano señaló que en el caso chiapaneco: "Los únicos desplazados que cuentan para los noticieros nocturnos de la televisión mexicana son aquellos que abandonan sus hogares desde enero de 1994 y que permiten mostrar la ayuda que les brinda el Ejército, pero soslayan la existencia y destino de los indígenas que huyeron hacia la selva cuando las fuer-

zas armadas federales entraron en las zonas que eran controladas por EZLN... dichos medios mantuvieron la tendencia a dedicar poco tiempo a las instancias mediadoras y presentaron una imagen negativa del Obispo Samuel Ruiz" (*La Jornada*, 1 de marzo de 1995).

Toda esta maquinaria funcionó igualmente para dos casos muy señalados: Cuauhtémoc Cárdenas y Las elecciones presidenciales de 1994.

El particular encono que Salinas manifestó respecto de Cuauhtémoc Cárdenas, después de las elecciones de 1988, mismas sobre las que nunca quedó claro que hubiese ganando el priísta, indujo el uso de los medios y en particular de la televisión para atacar, desacreditar, deformar y demostrar sobre la persona, ideas, partido e intenciones del hoy perredista.

En esta "guerra sucia" el Salinismo se valió de cualquier tipo de recursos, como aprovechar la homofobia y llevar hasta Cuauhtémoc un grupo de travestis con pancartas perredistas, hecho que fue ampliamente difundido por Televisa y la privatizada Televisión Azteca.

En contraste a la difusión que se dio a este tipo de hechos, los medios le fueron cerrados a Cárdenas, llegándose inclusive al despido de aquellos que se atrevían a hablar con el candidato perredistas, como le ocurrió a Miguel Angel Granados, quien fue retirado de la conducción del noticiero matutino "La Ciudad", transmitido por Radio Mil, a petición expresa de la Secretaría de Gobernación, además de otros casos que ilustra el mismo Granados: "Es una política restrictiva muy puntual de monitoreo, de llamadas de atención y prohibiciones expresas. Por ejemplo hace tiempo se prohibió a Radio Red que tuvieran entre sus colaboradores a Jorge G. Castañeda y actualmente se pide a los radiodifusores, no inviten a sus programas o no entrevisten ni mucho menos los hagan colaboradores, al propio Castañeda, a Adolfo Aguilar Zinzer, a Lorenzo Meyer, a Demetrio Sodi, a Porfirio Muñoz Ledo y a Cuauhtémoc Cárdenas" (*Proceso*, 4 de octubre de 1993).

En contraste con ello, el PRI y el candidato Zedillo recibieron una amplia cobertura. "Porque el sabe cómo hacerlo" ocupó espacios en la televisión privada de manera significativa, corroborándose con ello que: "La alianza del Estado con los concesionarios privados de radio y televisión constituye uno de los pilares fundamentales del Estado corporativo y del partido de Estado, —como afirma Rascón, que agrega—. Los medios electrónicos informan a más de 50 millones de habitantes, mientras los impresos cubren solamente un millón... con base en el ejercicio de su derecho a la

libertad de expresión han impedido que otros y la sociedad lo ejerzan" (*La Jornada*, 28 de marzo de 1995).

Durante la campaña electoral de 1994, la televisión privada y privatizada fueron tremendamente parciales al candidato Zedillo y a los demás elegibles por el PRI. Se concedieron enormes espacios en programa y en publicidad al candidato oficial. Así los noticieros dedicaban sus espacios centrales a exaltar la figura del reemplazante de Luis Donaldo Colosio y a establecer claroscuros con los candidatos oponentes, en particular con Cuauhtémoc Cárdenas, pues la candidatura panista era muy afin a los intereses del mismísimo Salinas, quien cuajó durante su sexenio una alianza estratégica con la "oposición" panista, que secundó al PRI en todas las tareas legislativas de importancia, amén de reducir el tono confrontador del discurso —que había caracterizado al PAN de Clouthier, seis años atrás. Escribí en 1992: "uno de esos nuevos fenómenos es la subordinación del PAN, que dadas las nuevas necesidades, se ha convertido en uno de los pilares que sostienen al sistema presidencialista mexicano, en sustitución de otras organizaciones, como la CTM, que ha declinado y no tienen un respaldo popular real. Se puede decir incluso que, ahora se negocia con la dirigencia panista parte de las cuotas de poder que en otros tiempos correspondieron a la CTM" (A. Zarur, en *Gestión y Estrategia*, No. 2, Julio-Diciembre 1992).

Durante la campaña electoral, la televisión evidenció su parcialidad, natural diría yo, pues el señor Zedillo era el candidato de los propietarios de las televisoras. Emilio Azcárraga es un priísta confeso, igualmente lo es Ricardo Salinas Pliego, ganador del proceso privatizador de Televisión Azteca, quien públicamente confesó admiración por Carlos Salinas y su política económica de quienes dijo "Han sacado a México de la desesperación total (SIC), porque no teníamos esperanza... Le han dado la vuelta al país y nos han puesto en el curso verdadero del progreso... A raíz de los cambios que han implementado el presidente Salinas y su equipo, pues francamente el país va por buen camino, hacia el primer mundo..." (*Proceso*, 26 de julio de 1993).

Y aunque la verdad es otra y hoy el nombre del expresidente está ligado con la nota roja, en temas tales como asesinatos, enriquecimiento ilícito, narcotráfico etc., la televisión se ocupó del candidato salinista con particular esmero, tanto fue así que la organización no gubernamental Alianza Cívica hizo un llamado a la ética profesional en Televisa y Televisión Azteca para que fueran imparciales, ya que el bombardeo publicitario favorecía únicamente al candidato Zedillo, a lo que el Secretario de Finanzas del PRI, entonces y hoy regente del Distrito Federal, Oscar Espinosa Villarreal contestó que no tenían "convenio alguno con Televisa —y— tanto ustedes como nosotros debemos ser cuidadosos en cumplir la ley, para que no se ponga entredicho la actitud de los medios" (*La Jornada*, 5 de julio de 1994), y más aún el presidente del consejo de administración de Televisión Azteca, Ricardo Salinas P., declaró en la residencia oficial de los Pinos y ante Salinas, el presidente del país, que era "una falacia total el planteamiento de que la información de los candidatos a la presidencia está sesgada en televisión y más a favor de un candidato" (*El Financiero*, 27 de julio de 1994).

Es claro que el apoyo de los propietarios de las televisoras no deviene exclusivamente de su militancia partidaria, sino de su vinculación con el proyecto económico salinista y fundamentalmente de sus intereses, que poco tienen que ver con la ética o el uso democrático de los medios, sino con los beneficios pecuniarios que obtienen de la explotación comercial de los medios y de la vinculación de intereses que se establecen con el grupo político en el poder.

Los "errores de diciembre", eufemismo que utilizó Salinas para calificar al desastre económico que here-

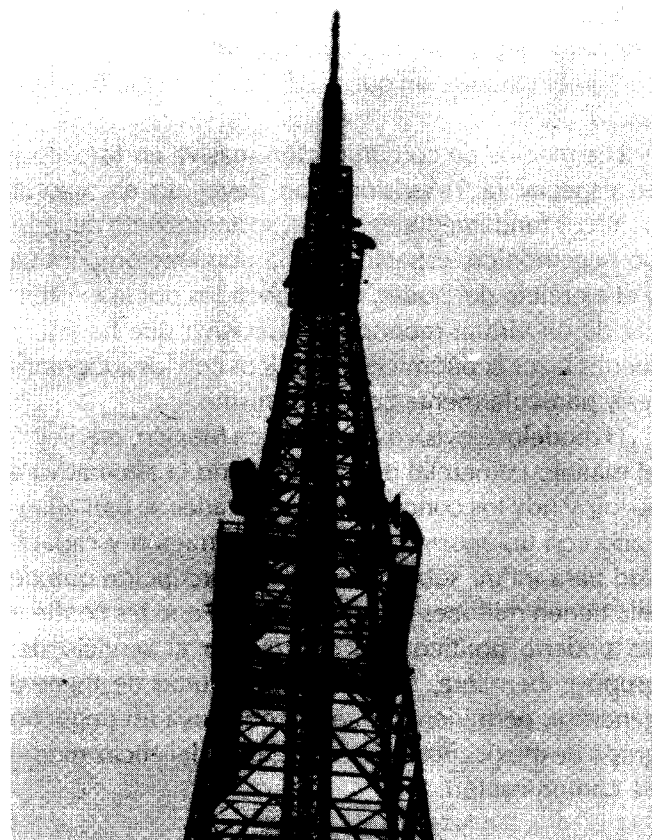


Foto: José Antonio Soto. Archivo de la Fundación Manuel Buendía

dó a la nación, tras seis años de neoliberalismo continuado hoy por Zedillo, llevaron al expresidente a acudir nuevamente a los medios.

Después de la triunfal entrevista, concedida a Televisa y Televisión Azteca en noviembre de 1994, Salinas se enfrentó de nuevo a los medios, pero ahora en su calidad de expresidente, aunque no como el poderoso expresidente que soñó ser y para lo que preparó todo el terreno, sino como un personaje estigmatizado por el desastre neoliberal entrevenado por una larga serie de ilícitos que lo involucran y que dados sus tamaños, necesariamente apuntan a él como son: Los asesinatos políticos, el narcotráfico asociado y protegido por el poder político, la corrupción, los negocios privados a la sombra del poder público, etc.

Efectivamente el 28 de febrero de 1995, minutos antes de que se anunciara la detención de su hermano Raúl, como responsable de una larga lista de ilícitos cometidos a la sombra del poder derivado del presidencialismo autoritario mexicano, el señor Salinas llamó al noticiero 24 Horas de Televisa para deslindarse de las acusaciones que lo involucran en el asesinato de Luis Donaldo Colosio y en el paroxismo total, el 2 de marzo se comunicó al noticiero Hechos de Televisión Azteca para amenazar con una huelga de hambre ante la nula respuesta a sus demandas en relación con el caso Colosio, la que inició y dado el descrédito del que goza, casi nadie creyó, pero sí obtuvo respuesta por parte del gobierno zedillista, que lo exoneró de cualquier vínculo, sin que mediara investigación alguna.

Los medios de comunicación masiva en México y en especial la Televisión, han devenido en actores políticos fundamentales para el sostenimiento del grupo hegemónico, espacio para la dominación política y el ejercicio del poder, caracterizados por la existencia de un virtual monopolio televisivo que ha tejido fuertes lazos económicos y políticos con los gobernantes y particularmente con el salinismo.

El modelo televisivo adoptado en México, privilegió el manejo comercial del medio como la alternativa a seguir y hoy los concesionarios privados se han afianzado con un enorme poder de penetración y capacidad para influir sobre la vida y la percepción que de ella tienen millones de mexicanos, lo que les confiere un poderío político que han puesto al servicio del grupo gobernante, que les ha retribuido de manera generosa, permitiendo que se constituya un pequeño grupo de mexicanos, en beneficiarios del eficaz medio de comunicación.

Conclusiones

La televisión, es hoy en día el medio masivo de comunicación por excelencia, pues aunadas a sus características, que combinan en un mismo instante imagen y sonido en movimiento, tiene una enorme capacidad de penetración, de difusión de valores y generación de consumo.

La televisión ha venido a desplazar a la radio y la prensa, otrora los medios de mayor penetración. Hoy la TV se ha convertido en un eficaz instrumento ideológico, económico y político puesto al servicio de los intereses de la fracción dominante de nuestro país, que detenta para sí el usufructo del medio.

La decisión política de poner en manos del capital privado y más aún, en prácticamente una sola familia, a la televisión mexicana, ha repercutido en la generación de un monopolio virtual que ha sabido vincularse eficientemente con los gobiernos priístas de los últimos años para obtener beneficios mutuos.

El salinismo hizo uso del medio como nunca antes lo había hecho gobierno alguno. La televisión privada identificó sus intereses con los del gobierno presidido por Salinas como no había sucedido, cuando inclusive llegaron a tener serios conflictos con los gobernantes en turno, tal y como ocurrió con Luis Echeverría (1972).

A través de la televisión (aunque no exclusivamente) el gobierno salinista logró obtener un amplio consenso y vendió a los mexicanos la ilusión beneficiosa de la implementación del modelo neoliberal, que en los hechos ha venido demostrando ser lesivo para los intereses de las grandes mayorías empobrecidas.

Durante el sexenio salinista se privatizó la televisión estatal, al vender Televisión Azteca al inversionista Ricardo Salinas Pliego, con lo que se puso fin a la participación directa del Estado Mexicano en la televisión de alcance nacional. La empresa pública fue vendida al mejor postor, en este caso Salinas P., quien ofreció 640 millones de dólares por el llamado "paquete de medios" con lo que quedó de manifiesto, una vez más, el discurso de "doble fondo" que manejan los gobiernos priístas, pues Salinas alegaba que el objetivo de la privatización era abrir los medios a la "sociedad civil" y democratizar su uso, lo que pone de manifiesto los objetivos reales de la privatización: allegarse recursos económicos para enfrentar los compromisos derivados del sostenimiento de la ficción salinista-neoliberal y el pago puntual de los treinta mil millones de dólares en Tesobonos.