

<https://orcid.org/0000-0003-4843-7343>

MÉXICO: UN EJEMPLO SOBRE LA ESTRECHA RELACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, EL ESTADO Y EL SISTEMA CAPITALISTA

1. MEXICO: AN EXAMPLE OF THE CLOSE RELATIONSHIP AMONG MASS MEDIA, THE STATE AND, CAPITALISM

Juana Andrea Aguilar Morales

Licenciatura en Ciencias Políticas

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

juana.aguilarm@alumno.buap.mx

Resumen

En la actualidad, el sistema capitalista tiene injerencia en todas las áreas de la vida cotidiana, incluso en cómo se maneja la información que los medios de comunicación difunden a la sociedad día a día. A través de ellos, se revela la estrecha relación de dependencia directa entre el Estado y el sistema capitalista para poder seguir reproduciendo su ideal de subyugación al proletariado en la sociedad moderna. Si bien Marx es uno de los exponentes más importantes en torno a la crítica del capitalismo, Althusser complementa cómo el sistema capitalista aborda todas las instituciones para poder obtener su cometido de dominación de las masas por medio del desarrollo de una ideología que le convenga tanto al capitalista como al Estado y que se reproduzca continuamente en uno de los aparatos ideológicos más influyentes: los medios de comunicación. Esta relación permite entender cómo los medios de comunicación están al servicio tanto del Estado como del sistema capitalista para poder seguir sometiendo a la sociedad a creer lo que ambos entes decidan sobre una situación determinada. La televisión es un ejemplo claro de esto y, como Sartori lo expresa, el ser humano mutará a un Homo Videns. Además, se expone cómo los medios en México han utilizado la teoría de la agenda-setting en el contexto electoral, ya que permite la depuración de la información para ocupar en los discursos oficiales con resultados efectivos que los

medios acoplan de la mejor forma posible. Finalmente, se exponen dos acontecimientos mediáticos que hicieron uso de esta agenda en México.

Palabras clave: Sistema capitalista, Medios de comunicación, Agenda setting, Estado

Abstract

Currently, capitalism has a strong influence on everyday life, including how information that mass media spreads through society day by day is managed. Through mass media, a close relationship of direct dependence between the State and capitalism is revealed to continue reproducing their ideal of oppression of the proletariat in modern society. Although Marx is one of the most important critics against capitalism, Althusser extends how capitalism approaches all institutions to fulfill its purpose of oppression of the masses through the development of an ideology that meets both a capitalist and the State's interests and that is continuously reproduced in one of the most influential ideological apparatuses: mass media. This relationship allows understanding how mass media are at the service of both the State and capitalism to continue oppressing society so that they believe whatever both organizations decide on a particular issue. Television is a clear example of this situation, and as Sartori puts it, the human being will change to a Homo Videns. Besides, this work discusses how mass media in Mexico have used the agenda-setting theory in elections since it allows the filtration of information to be used in official speeches with effective results that mass media match effectively. Finally, two media events that made use of the agenda-setting in Mexico are presented.

Keywords: Capitalism, Mass media, Agenda Setting, State.

Introducción

El sistema capitalista, más allá de ser considerado como una teoría económica, también se aplica en la vida social e incluso está presente en diversas instituciones que forman parte de la vida cotidiana y que pasan desapercibidas. Cuantas veces existe el cuestionamiento acerca de si la información que los noticieros presentan una y otra vez en un sólo día es cierta del todo y donde también se presentan desde posturas políticas hasta soluciones a ciertos problemas de una manera fácil y rápida.

El desarrollo de esta relación inicia con Marx en su texto sobre *La lucha de clases en Francia de 1848 a 1850*. A través de su perspectiva, Marx expone en un apartado cómo la prensa estaba vinculada al Estado, el cual buscaba beneficiar al capitalista antes que al proletariado. Aunque Marx se enfoca principalmente en el análisis económico, su estudio también discutía el aspecto sociológico, que desarrolló de manera más clara en *El Capital*. Este aspecto es un parteaguas que Althusser retoma para definir cómo se establecen tanto la lucha de clases como la imposición de una ideología por medio de los aparatos ideológicos que el Estado utilizaba a través del poder que poseía de manera legítima, dependiendo de lo que tanto al Estado como al capitalista le convenía. Después de esto, la teoría de Sartori del *Homo Videns* sirvió para establecer cómo el Estado usaría los medios de comunicación como una herramienta para poder educar y encaminar a la sociedad al desarrollo de un pensamiento homogéneo y Chomsky añade cómo la democracia sería utilizada para cumplir este objetivo.

Este trabajo presenta cuatro apartados para exponer y visibilizar la influencia del sistema capitalista con el Estado y el control que ambos poseen dentro de los monopolios de la información. También se expone cada una de las teorías antes mencionadas y cómo éstas se perciben en la actualidad en los medios de comunicación. Se inicia planteando la relación existente entre el sistema capitalista y los medios de comunicación a través de un vínculo estrecho e histórico que a la vez ha sido impulsado gracias a la relación existente entre el capitalismo y el Estado por medio de monopolios de información. En el segundo apartado, se expone cómo el Estado está inmerso en las decisiones de los monopolios, las cuales provocan que se haga un mal uso de la democracia como forma de gobierno al ejercer el control de la sociedad con el sistema capitalista, restringiendo así el derecho a la libertad de expresión donde el papel de la sociedad es cuestionable

debido a que no analiza de manera crítica la información presentada por los medios de comunicación. En tercer lugar, se expone el uso de la teoría de la *agenda setting* en los medios y cómo ha funcionado en México. Finalmente, se discuten dos acontecimientos de relevancia mediática en el país, donde los medios de comunicación masiva participaron de manera similar para satisfacer sus intereses.

Sistema Capitalista y Medios de Comunicación

El Sistema Capitalista es un tema profundo y complejo debido a su impacto económico y social en tiempos modernos. El punto de partida del análisis de este sistema está en la teoría de Marx, que utiliza como parteaguas la teoría del individualismo de Hegel para permitir el surgimiento de una conciencia política que plantea el desarrollo de la relación entre el capitalista, la clase trabajadora y el Estado, donde el primero busca explotar y dominar al proletariado para mantener el ciclo de reproducción de amo-esclavo, y el Estado es un aliado fundamental que protege al capitalista mediante el uso del poder político-militar al servicio del poder económico del capitalista para satisfacer los intereses económicos de ambos de manera privada. Marx plantea que nunca ha terminado esta relación, sino por el contrario, se ha modificado dependiendo del contexto social y establece que la salvación del proletariado se halla en la lucha de clases para un beneficio común. “La lucha tiene lugar entre clases sociales más bien que entre naciones y el poder es económico más que político, siendo el poder político en la teoría de Marx una conciencia de situación económica” (Sabine, 2019, p. 561). En consecuencia, la relación entre el patrón y el obrero se percibe como algo carente de consideración en las sociedades modernas.

Por consiguiente, tanto el Estado como la clase capitalista dominan todos los sectores posibles para poder movilizar a las masas a su antojo. Un ejemplo de ello es establecido nuevamente por Marx al exponer cómo se desarrollaban los intereses económicos en la relación entre los medios de comunicación y el Estado, cuando en 1848 ambos entes se coludieron para mentalizar a la gente sobre el pago de impuestos a través de la colaboración directa de la prensa con el sistema capitalista para así poder generar mayor riqueza, revelando aún más su estrecha relación en intereses particulares.

La prensa gubernamental, para engañar al proletariado de París, le contó que este impuesto gravaba preferentemente a los grandes terratenientes, recaía sobre los beneficiarios de los mil millones conferidos por la Restauración. Pero, en realidad iba sobre el campesinado, es decir, contra la gran mayoría del pueblo francés. Los campesinos tenían que pagar los costos de la Revolución de Febrero; de ellos sacó la contrarrevolución su principal contingente (Marx, 1848, p. 60).

Otra obra de relevancia para poder entender mejor cómo es que el sistema capitalista engloba todo lo que en la actualidad se percibe es aquella de Althusser, *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*, la cual permite apreciar cómo las instituciones de cualquier índole, e incluso las socialmente establecidas, son manejadas por el sistema capitalista y que dentro de ellas están aquellas que se dedican a informar. Althusser (2018) las divide en religiosas, escolares, familiares, jurídicas, políticas, sindicalistas y de información y cultura. Cada una de ellas representa una institución que sirve como medio de dominación a través del uso de la fuerza que el Estado ejerce para poder satisfacer al capitalista. Los aparatos ideológicos son aquellos que por medio de una represión simbólica ejercen un medio de dominación masiva con un adiestramiento que requiere del uso mínimo de la fuerza que el Estado posee. Como ejemplo está la censura que el aparato ideológico de información utiliza para manipular a los medios de comunicación.

El hecho de informar debería ser libre y, en cierto sentido, gratuito. Sin embargo, el capitalismo busca que todo lo que le rodea se convierta en una mercancía, desarrollando en épocas modernas el concepto de globalización, que incluye las ideas de accesibilidad y modernización para todos, pero que no se llevan del todo a cabo por la constante desigualdad social existente para que así el sistema no pierda la oportunidad de subyugar de una manera más directa a la sociedad a través del acaparamiento de todos los medios posibles.

La ignorancia es la madre de la industria, como lo es de la superstición. La reflexión y la imaginación se hallan expuestas a errar; pero la costumbre de mover el pie o la mano no depende de la una ni de la otra. Por tanto, donde más prosperan las manufacturas es donde menos se recurre a la inteligencia, donde el taller funciona como una máquina cuyas piezas son hombres (Ferguson, 1824, citado en Marx, 2015, p. 324).

Debido a que al capitalista le conviene que la sociedad no se culturice para que ésta pueda reflexionar sobre un mejor estilo de vida, aquél mantendrá a la población ensimismada en un estilo de vida lleno de desigualdades en lugar de cuestionarse si realmente su fuerza de trabajo es remunerada correcta y justamente con el salario establecido. Aunque la condición social de cada país se desarrolla de manera diferente, la mayoría de los países de occidente tienen un ingreso que sólo les ayuda a vivir al día.

Los monopolios de la información surgen para beneficio del capitalista. Desde su creación, estos monopolios siempre están al mando de una persona que es el jefe de la empresa, representa a la élite e, indudablemente, manipula a sus trabajadores a su antojo, incluso enviándolos como corresponsales ya sea que tengan experiencia laboral o no. En el área de la información, un ejemplo claro es el caso mexicano, en el cual durante mucho tiempo sólo se había establecido el uso de dos televisoras manejadas por dos personas que pertenecen a la élite empresarial, Emilio Azcárraga y Ricardo Salinas. Ambos empresarios contaban con el poder de uno de los medios masivos de información más importantes: la televisión. Dependiendo del partido ganador, éste elegía cuál de los dos se encargaría de toda la publicidad y los comunicados de su sexenio. De esta manera, se evidencia la relación del capitalista con el Estado y los medios de comunicación.

Asimismo, es interesante observar cómo el aspecto político tiene injerencia en la vida cotidiana en los medios de comunicación, como el color del periódico o el color del encabezado que se utiliza en la televisión para dar información acerca del gobierno con cierto sesgo que permite saber si el medio está a favor o en contra del Estado. Así pues, la prensa colabora de manera natural con el Estado para que cada una de ellos se beneficie. Los monopolios de la información en conjunto con el Estado difunden la información que ambos aprueban en uno de los medios de comunicación masiva más importante: la televisión.

La televisión no sólo es un medio de fácil acceso y de una extensa difusión en la época contemporánea, sino también sirve para encaminar a una sociedad teledirigida, como Sartori (1998) plantea: “Con la televisión, la autoridad es la visión en sí misma, lo esencial es que el ojo cree en lo que ve y, por tanto, la autoridad cognoscitiva en la que más se cree es en la que se ve”. Debido a que este medio influye más en la población por la

comodidad que ofrece, el papel de la televisión produce en la sociedad un desinterés para acercarse a leer un libro o el periódico, ya que en casa todos los miembros de la familia están usando su celular o están viendo la televisión, lo cual origina que se propaguen estas acciones de manera repetitiva y prefieran ver series, videos o incluso prefieran ver películas basadas en libros en lugar de leerlos y, así, evitar la fatiga. Como Sartori menciona el ser humano será un “*homo sapiens*” que mutará para convertirse en un ser humano que basará su vida en lo que ve y será un “*homo videns*”.

Estado y Medios de Comunicación

La relación de los medios de comunicación con el Estado es de subyugación, donde los primeros sirven al Estado y trabajan para él para desarrollar los fines que más le convengan dentro de la sociedad, incluso haciendo uso de la violencia física que el segundo posee dependiendo del contexto. La subyugación de los monopolios de la información es una pieza fundamental en esta relación, porque es ahí donde se cumple el objetivo de que la clase dominante se encuentre doblegada por el sistema capitalista exponiendo así la relación de codependencia con el Estado.

El Estado moderno es una asociación de dominación con carácter institucional que ha tratado, con éxito, de monopolizar dentro de un territorio la violencia física legítima como medio de dominación y que, para este fin, ha reunido todos los medios materiales en manos de su dirigente y ha expropiado a todos los funcionarios estamentales que antes disponían de ellos por derecho propio, sustituyéndolos con sus propias jerarquías supremas (Webber, 2012, p. 92).

El Estado en conjunto con las corporaciones en los medios de comunicación prepara el desarrollo de un pensamiento homogéneo, fomentando en ocasiones estrategias que pasan desapercibidas para aquellas clases sociales que pretende subyugar. Como primer ejemplo de estas estrategias está el uso del contenido de programas, el cual es aprobado por ambos para publicar, difundir o proyectar alguna nota informativa. El control de los medios define el porvenir de la sociedad ante las diferentes situaciones de la vida, el cual depende directamente de cómo quiere el Estado que la sociedad perciba su realidad, utilizando al periodista a través del discurso que le permite desarrollar la ideología más conveniente sobre aquella realidad.

La manipulación de la información es un constante cuestionamiento hacia el Estado. Aunque el derecho a la libertad de expresión es universal, promovido por el Estado mismo, en determinadas situaciones éste está limitado debido a que se condiciona el tipo de información que se debe publicar y cuál se considera nociva para la imagen que se promueve. Por consiguiente, a través de diversas herramientas que van desde la modificación de palabras hasta el uso de un lenguaje estratégico se impide que la sociedad comprenda fielmente la información central.

[...] los comunicadores eligen codificar mensajes con fines ideológicos e institucionales, y manipulan el lenguaje y los medios de comunicación para llegar a estos fines (a los mensajes mediáticos se les da una «lectura preferente»). Y segundo los receptores («decodificadores») no están obligados a aceptar los mensajes tal como fueron enviados, si no que pueden, y lo hacen, resistirse a la influencia ideológica aplicándoles lecturas distintas o de oposición según su propia experiencia y puntos de vista (McQuail, 1985, p. 101).

Con esto McQuail establece cómo se manipula la información. Aunque la sociedad tiene la opción de analizar lo que el periodista informa, muchas veces le es complicado hacerlo, debido a que el periodista comenta la información de manera sintetizada y, por conveniencia de los intereses privados, se enfoca en desarrollar notas de “relleno” en lugar de enfocarse en los acontecimientos de interés público y tratar de explicar a la sociedad las consecuencias u objetivos de las notas informativas, así que decide dedicar un tiempo limitado a explicar la nota y enfocarse en deportes o notas de espectáculos.

El papel del discurso a través del periodista y dentro del avance para la homogeneidad del pensamiento resulta relevante de analizar, debido a que tiene la capacidad de producir un sentimiento determinado en la población, ocupando la fuerza de elocución que posee para radicar su dominio, al aportar algún consejo o recomendación. Después de esto, busca desarrollar un tipo de persuasión, utilizando ambas opciones para crear una visión a futuro para la sociedad, que se considera incierta y cambiante. El uso de esta percepción es una de las claves para tener un discurso bien estructurado, ya que si se transmite correctamente de persona a persona se tendrá un resultado eficaz.

Dentro del desarrollo de esta relación, la gran vinculación entre el discurso periodístico y los monopolios es el uso de la democracia como representación del Estado, la cual ha servido para que por medio del ideal de igualdad se pueda mantener a la población de una cierta manera tranquila y pasiva ante las desigualdades sociales, debido al origen etimológico del concepto “gobierno del pueblo”. De esta manera, el gobierno democrático influye de manera directa en el control de los medios a través del poder que posee.

[...] la democracia: un sistema en el que la clase especializada está entrenada para trabajar al servicio de los amos, de los dueños de la sociedad, mientras que al resto de la población se le priva de toda forma de organización para evitar así los problemas que pudiera causar (Chomsky, 1992).

En efecto, la democracia como representación de Estado moderno limita el uso de la libertad de expresión y sirve como mecanismo de control de manera estricta para regular qué se debe decir, leer o difundir, y no cumple con el ideal propuesto por De Tocqueville (1980) “[...] deberá ser como un consejero el cual nos habla día a día y con brevedad sin distraernos”, pero que lamentablemente dentro de las sociedades democráticas con enfoques capitalistas es muy difícil de llevar a cabo. Al ser un gobierno de dócil manejo, el sistema en conjunto con la democracia resulta benéfico para el capitalismo, debido al valor que posee para seguir desarrollando sus intereses económicos a costa de que el pueblo sea ignorante o de que hechos que deberían ser importantes pasen desapercibidos.

Medios de Comunicación y Teoría de la *Agenda-Setting*

En su artículo seminal McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media, desarrollan este interesante concepto. La teoría de la fijación de la agenda, también conocida como teoría de la Agenda Setting, postula que los medios de comunicación de masas tienen una gran influencia sobre el público al determinar cuáles poseen interés informativo y cuánto espacio e importancia se les da.

Dentro del desarrollo de la democracia, un factor de relevancia es el análisis de los procesos de campaña de los diferentes candidatos al poder, debido a los recursos económicos que obtienen por medio de aliados empresariales que prácticamente les aseguran la victoria. En caso de obtener el cargo público por el cual un candidato

compite, los empresarios que hayan apoyado en el proceso serán ampliamente beneficiados ya que recibirán el pago por la inversión aportada, donde todos ganan. Esta alianza tiene su desarrollo en México desde la época post revolucionaria y el apoyo de los empresarios al régimen del Partido Revolucionario Institucional, que gobernó al país por 70 años consecutivos. Sin embargo, después de la reforma política de 1996, esta vieja alianza cambió cuando los medios de comunicación se unieron al partido más fuerte de la época para lograr un nuevo beneficio.

El acceso al poder de nuevos grupos políticos no supuso, como ya se dijo, un cambio sustancial en las reglas de su ejercicio, sino por el contrario, el acomodo de estos grupos a viejas prácticas, que no han fortalecido el Estado de derecho ni han generado una auténtica rendición de cuentas. En un contexto donde coinciden, por un lado, las tendencias del clientelismo como forma de relación de los políticos con sectores económicos y sociales, y por el otro, la creciente importancia de la mercadotecnia de los medios electrónicos—sobre todo, la televisión—, ha resultado más fácil y conveniente establecer una relación estrecha entre las nuevas élites políticas y las tradicionales élites mediáticas (dueños de medios, editores y “estrellas” del periodismo) sobre la base de los viejos intercambios de beneficio por apoyo político (Guerrero, 2016, p. 57).

Estas relaciones han caracterizado al sistema político mexicano a lo largo de su historia y representan un claro ejemplo del papel que juegan los medios de comunicación dentro del gobierno. El Estado, por su parte, busca al mejor postor para cubrir entrevistas o simplemente para ser una fuerza opositora o crítica durante el sexenio, pero en realidad se establece una relación de mutuo beneficio netamente económico.

En general, cuando los medios de comunicación están más concentrados en pocas manos o pueden ser controlados por el gobierno o algún otro polo de poder, se prestarán a manipular/esconder informaciones determinadas, lo que claramente es contrario a la democratización de la sociedad, en lo particular a la transparencia en la política (Sánchez, 2015, p. 34).

Si bien la dominación de masas se basa en el control de la información y en lograr desarrollar en el ser humano un pensamiento homogéneo, en México esto puede percibirse en la apatía que la gente tiene en cuestión de temas como secuestros,

asesinatos o feminicidios, donde los medios han planteado estos actos como algo normal. En consecuencia, la misma sociedad mexicana no reacciona ante la importancia del análisis de estos hechos, ya que los medios simplemente se dedican a vender la nota antes de crear una consciencia crítica de la gravedad de los mismos e informar sobre los problemas que realmente aquejan a la población.

Otra estrategia que el Estado ha ocupado para poder elegir la información que se transmite a la sociedad, es el uso de la *agenda-setting*, la cual se ha usado en los procesos de campaña de los candidatos. Este tipo de agenda es usada por los medios de comunicación debido a su eficacia para satisfacer el objetivo de proporcionar la información que el grupo editorial considere óptima en el planteamiento de una realidad ficticia a la población y la apreciación de la relevancia informativa sobre un tema para influir en la percepción que la sociedad tiene sobre él a fin de simplificar su realidad. “En primer lugar, eligen cuáles noticias van a develar y cuáles no. Acto seguido, deben evaluar todos aquellos informes de los que disponen” (Dolf Zillmann, 1996, p. 37), así pues, comienza esta depuración de la información, que se enfoca en los temas que el Estado considere convenientes y apruebe; posteriormente, el grupo editorial dará su aprobación a la nota y, finalmente, los demás medios de comunicación comenzarán con la difusión de la información previamente aprobada por ambos.

***Agenda-Setting* en México: Un Fórmula Reciclada**

México es un modelo clave para explicar cómo se ha desarrollado la *agenda-setting* desde lo político hasta los fenómenos sociales. Un claro ejemplo de ello tuvo lugar el 19 de septiembre de 2017, cuando un sismo de magnitud 7.1 en escala de Richter sacudió la ciudad de México, donde un grupo de periodistas y corresponsales se dieron a la tarea de informar. Como es bien conocido, en México ha existido un quinto poder que acapara toda la percepción informativa, particularmente los canales de televisión de Televisa y TV Azteca, los cuales, desde la época de José López Portillo, han tenido un vínculo estrecho con el Estado y por mucho tiempo han sido considerados por la sociedad como medios confiables y de renombre.

Entre los hechos que ocurrieron aquel día, Televisa, al ser una cadena abierta y de fácil acceso en el país, se enfocó en dar una nota de impacto que tuvo a la población inmersa

en el suspenso y la conmoción sobre el paradero de una niña llamada Frida Sofía. La corresponsal a cargo de la noticia Danielle Dithubide aseguró que la niña había quedado atrapada en los escombros del Colegio Enrique Rébsamen del cual se dijo era estudiante. Aquel día, el canal de noticias y entretenimiento se enfocó en esa nota que mantuvo a una cierta parte de la población preocupada por ella e, incluso, se olvidó de enfocarse en otros hechos importantes del momento. El canal desarrolló una especie de carpa utilizando a miembros de la SEDENA en la búsqueda de la niña, pero meses después medios de comunicación tanto nacionales como internacionales aseguraron que el caso de tal niña nunca fue realidad y, además, las autoridades de la Ciudad de México y del Gobierno Federal lo desmintieron pasado cierto tiempo. No obstante, lo que sí se encontró en esa investigación fue una serie de irregularidades en torno al manejo del Colegio Rébsamen.

Ésta no es la única vez que el Estado ha utilizado las fuerzas militares y los medios de comunicación para mantener la atención de la población en una nota de este tipo. Un caso similar ocurrió 32 años antes en el sexenio de Miguel de la Madrid, cuando exactamente un 19 de septiembre, pero de 1985, se hablaba de “Monchito”, un niño supuestamente sepultado por los escombros, pero que en ese momento en realidad estaba en casa con su abuelo. Sin embargo, los medios de comunicación crearon una historia que impactó el sentimiento de la población y generó preocupación, por lo cual por mandato presidencial se ordenó el despliegue de las fuerzas armadas para encontrar al niño, pero no tuvo éxito. Esta noticia sólo sirvió como distractor para cubrir lo que sucedería meses después con la devaluación de la moneda mexicana.

Bourdieu señala que “La televisión incita a la dramatización, en un doble sentido: escenifica, en imágenes, un acontecimiento, exagera su importancia, su gravedad, así como su carácter dramático, trágico” (Bourdieu, 1996). La similitud que se puede encontrar entre las dos historias anteriores es la forma en que el Estado utiliza los medios de comunicación por medio de la manipulación del discurso, enfocándose en el sentimiento y las emociones para poder mantener a la sociedad inmersa en la preocupación del hecho desastroso, para que días después lo use como cortina de humo para aprobar o modificar leyes o reformas que no beneficiarán al pueblo. El Estado

también utiliza las fuerzas armadas para dar una percepción humanista ante situaciones de emergencia, pero que sólo sirve para ocultar intereses creados.

Conclusión

Analizar el papel del sistema capitalista dentro de las instituciones de información deja una idea clara del uso de los medios de comunicación para desarrollar una homogeneidad de pensamiento que ejerza el dominio de la población. Esta hipótesis se confirma cuando diversos gobiernos de diferentes países, como el caso de México, manejan diversas perspectivas sobre un tema determinado para satisfacer sus intereses capitalistas por encima de cualquier otro propósito, incluso por encima de los intereses de la sociedad misma, por medio de alianzas y estrategias que se usan para manipular el proceso de la información.

El discurso modifica las ideas e incluso, debido al poder que posee, se utiliza como movilizador de las masas a través de un lenguaje previamente seleccionado y articulado de forma compleja para crear un ideal sobre acontecimientos determinados. Asimismo, la articulación del discurso establece estrategias de campaña que hacen uso de una selectividad de la información, como el uso de la *agenda-setting*.

Este trabajo expuso de manera teórica con evidentes repercusiones en la práctica la relación existente entre los grupos de poder a través del uso de estrategias cada vez más complejas para tener el control absoluto de la población de manera encubierta para que ésta crea en situaciones determinadas y no desarrolle una conciencia política. Hablar sobre el capitalismo y su papel actual dentro de los medios de comunicación sin duda es un paso importante para generar una reflexión profunda en la sociedad acerca de estos temas que necesitan ser expuestos a través de un sustento teórico sólido y más frecuente.

Referencias

Althusser , L. (2018). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. Ciudad de México: Grupo Editorial Tomo.

Bourdieu, P. (1996). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.

- De Tocqueville , A. (1980). *La democracia en América 2*. Madrid: Alianza.
- Dolf Zillmann, J. (1996). *Los efectos de los medios de comunicación*. España: Paidós.
- Guerrero, M. A. (2016). *Democracia y medios en México: el papel del periodismo*. Ciudad de México: Instituto Nacional Electoral.
- Marx, K. (2015). *El Capital*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Marx, K. (2015). *Las luchas de clases en Francia de 1848 a 1850*. Madrid: Fundación Federico Engels.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.
- McQuail, D. (1985). *Introducción a la teoría de comunicación de masas*. Paidós.
- Sabine, G. H. (2019). *Historia de la Teoría Política*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Sánchez , E. (2015). *Comunicación y Democracia*. México: INE Cuadernos de Divulgación.
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns: La sociedad teledirigida*. Argentina: Taurus.
- Webber, M. (2012). *El político y el científico*. Madrid: Alianza.