



**Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**



Tergiversación de la práctica política en México a través de la serie “El privilegio de mandar”

TESIS

**Que para obtener el título de
Licenciado en Comunicación**

Presenta:

Evan Avir Pereda García

Director:

Dr. Jaime Enrique Cornelio Chaparro

Toluca, Estado de México. Octubre 2021

Agradecimientos

Antes que nada, quiero reconocer el trabajo de los académicos que formaron parte del proceso de creación de esta tesis. Agradezco su comprensión, paciencia y orientación, lo cual me impulsó a aventurarme a escribir sobre este tema; indagar en cómo un medio de comunicación de entretenimiento forma mentalidades en la cultura mexicana. Gracias a Jaime Enrique Cornelio Chaparro, Judith Martínez Tapia y Martha Ángeles Constantino.

Agradezco también a Carolina Gonzaga por su tiempo y la revisión atenta a este trabajo.

Índice

- **Introducción..... 4**
- **Marco teórico.....14**

Capítulos

- I. Del humor al diálogo.....41**
 - II. Género dramático: la farsa como secuela de la realidad.....51**
 - III. “El privilegio de mandar” ataca de nuevo.....71**
 - IV. Cualquier parecido con la realidad... es culpa de la realidad.....78**
-
- **Conclusiones.....175**
 - **Bibliografía.....185**
 - **Videografía.....187**
 - **Imágenes.....188**

Introducción

Recuento de los hechos: Televisa

En la señal abierta de la televisión mexicana se captan señales como Tv Azteca, Televisa, Once Tv, Tv UNAM, Canal 22, Mexiquense Tv, Multimedios o Imagen Tv. El canal que tiene mayor tiempo interactuando con la audiencia es el canal 2 de la empresa Televisa, lo que ahora se conoce como Estrellas Tv.

Estrellas Tv, es el nuevo nombre de lo que antes era Canal de las estrellas. Televisa es una empresa corporativa de televisión de entretenimiento, esta televisora produjo y transmitió la segunda temporada de la serie “*El privilegio de mandar*” entre noviembre del 2017 y julio del 2018. Para esta investigación me centraré en analizar este programa.

Televisa, a través de su página de internet, se definen como una empresa corporativa y explica que:

Es una empresa de medios líder en la producción de contenido audiovisual en español, un importante operador de cable en México y un sistema líder de televisión de paga vía satélite en México. Televisa distribuye el contenido que produce a través de varios canales de televisión abierta en México y en diversos países a través de sus marcas de canales de televisión de paga y canales de televisión, operadores de cable y servicios adicionales por internet (“OTT”, por sus siglas en inglés). En Estados Unidos, el contenido audiovisual de Televisa se distribuye a través de Univision Communications Inc. (“Univisión”), la empresa de medios de habla hispana líder en Estados Unidos. Univisión transmite el contenido audiovisual de Televisa a través de varias plataformas a cambio de regalías. Además, Televisa cuenta con una participación accionaria e instrumentos con derechos de suscripción de acciones (“warrants”) del capital de Univisión Holdings, Inc., la compañía controladora de Univisión. El negocio de Cable de Televisa ofrece servicios integrados, incluyendo video, servicios de datos de alta velocidad y servicios de voz a clientes residenciales y comerciales, así como servicios administrados a empresas de telecomunicación locales e internacionales. Televisa posee una participación mayoritaria en Sky, un sistema líder de televisión de paga directa al hogar vía satélite y proveedor de banda ancha que opera en México, la República Dominicana y Centroamérica. Televisa también tiene intereses en la publicación y distribución de revistas, deportes profesionales, entretenimiento en vivo, producción y distribución de películas, juegos y sorteos (Televisa, 2021).

Dentro del contexto corporativo, Televisa define su misión, visión y valores explicando sus motivos de interés a partir de determinar que sus logros y objetivos se basan en que como medio de comunicación tienen una disposición ética para responder a las necesidades de información de las sociedades en donde se difunde su contenido.

Este medio televisivo puede ayudar al desarrollo de la sociedad, sin embargo, comprendemos que el problema de televisoras como esta, no ayudan en tal objetivo, ya que el mal manejo de sus mensajes audiovisuales, por medio del entretenimiento, pueden alterar las perspectivas sociales más allá de atender las necesidades de la información.

CULTURA CORPORATIVA

A continuación, de manera explícita se plantean la visión, misión y valores del corporativo de televisiva:

“VISIÓN: Mantenernos como líderes mundiales en la producción y distribución de contenidos multiplataforma y ser líderes de servicios de transmisión de datos y servicios de telecomunicaciones.

MISIÓN: Nuestra misión es satisfacer las necesidades de comunicación, conectividad, entretenimiento e información de nuestros clientes y audiencias, con un alto grado de adaptabilidad y con los más altos estándares de calidad, creatividad y responsabilidad social.

VALORES: Nuestros valores reflejan quiénes somos y lo que hemos construido, y la esencia que permanece y nos ha permitido y permitirá seguir creciendo. **Congruencia:** Tenemos el compromiso de ser honestos y consistentes con hacer el bien, para generar una cultura de confianza. Es necesario mantener coherencia entre lo que se dice y se hace. **Responsabilidad:** Asumimos el compromiso que implica nuestra posición de líder a posición de liderazgo en los sectores en que participamos y actuamos de forma responsable frente a nuestros colaboradores, clientes, audiencias y grupos de interés. **Respeto:** Trabajamos con respeto a la ley, a nuestra normativa interna, a nuestras audiencias y clientes, respeto y protección al medio ambiente y a las comunidades en las que incidimos. Esperamos que nuestra Empresa, sus consejeros, funcionarios y colaboradores, y en general nuestro entorno sea distinguido como una comunidad de respeto y cumplimiento. **Calidad:** Buscamos que nuestros clientes estén satisfechos con el resultado de nuestro trabajo, buscando que ese resultado supere sus expectativas. **Perseverancia:** Nuestra Empresa se ha construido a lo largo de décadas de trabajo y esfuerzo

continuado y sabemos que los grandes proyectos requieren de constancia, dedicación y disciplina” (Televisa, 2021).

En esta cita se puede observar el principal afán de estas posturas corporativas es la de atender necesidades de los clientes y tomar en cuenta los más altos estándares globales de entretenimiento. Esta empresa se define como dedicada al negocio del entretenimiento a nivel hispanoamericano y mundial.

Para desglosar los objetivos, parto de comprender que en esta investigación se abarca una percepción temporal, desde el 2018 hasta el 2021, tomando en cuenta la serie “*El Privilegio de Mandar*”, producida especialmente para la ciudadanía mexicana.

A partir de esta serie televisiva, el objetivo general es evidenciar cómo y de qué manera el material audiovisual afecta al televidente; es a partir de este análisis que intento proporcionar herramientas teóricas al lector para discernir entre los mensajes profundos de las imágenes y lo que suele parecer superficial.

En cuanto a los objetivos particulares de esta investigación propongo identificar las frases y palabras específicas en el discurso, sus contradicciones e identificar los objetivos que estos tienen para con los que consumen esta serie.

Comprender la congruencia que busca la televisora, es decir, si en realidad se satisfacen las necesidades de entretenimiento y responsabilidad social, ya que existe la posibilidad de que el receptor no entienda del todo el discurso que conlleva una acción o viceversa. Si fuese así, se considera que existe una falta de responsabilidad ética que la misma televisora propaga con sus televidentes.

Para la primera parte, planteó la revisión del concepto de entretenimiento, que es una idea que la televisora promueve en su misión. En ese sentido, saber si el lector o locutor alcanza a comprender cómo funciona la lógica del juego discursivo, ya que considero que es en este juego discursivo donde se encuentra una profundidad de significados que conllevan palabras y acciones. Se debe analizar la congruencia de estas.

La definición que da la Real Academia Española (RAE) al concepto de entretenimiento es: “distraer a alguien impidiéndole hacer algo. Hacer menos molesto y más llevadero algo. Divertir, recrear el ánimo de alguien. Dar largas, con pretextos, al despacho de un negocio. Divertirse jugando, leyendo” (Rae, 2021).

Tomando en cuenta este concepto, se comprende que el negocio del entretenimiento televisivo se da a través del uso comercial, político, religioso y melodramático de la señal del espacio aéreo, y por medio de su programación televisiva se dedica a distraer, recrear los ánimos, divertir a sus audiencias y como señala Televisa en su misión, “satisfacer necesidades, entre ellas la del entretenimiento, a la par de cumplir con sus estándares de responsabilidad social” (Televisa, 2021).

En ese sentido, surge la pregunta de investigación: ¿Televisa cumple la responsabilidad social que argumenta en su objetivo sobre la responsabilidad social en su producción, distribución y transmisión de la serie *El privilegio de mandar*?

Considero que la responsabilidad social debería fundarse en un tipo de producción televisiva que mantenga fuera de los intereses comerciales los intereses políticos de México, ya que tener programas o secciones de noticias que sólo aluden a la burla y a la promoción de espacios publicitarios, no dejan en claro al espectador el límite de congruencia entre los sucesos reales de su sociedad y las otras capas de la actividad social, como el consumo o el humor.

Para ejemplificar este problema hay que remontarnos a las elecciones presidenciales en México en 2018 y la interpretación que de ellas se hicieron en Televisa con la serie *El privilegio de mandar*.

En el canal “Las Estrellas Tv”, todos los lunes a las 23:00 hrs. a partir del 12 de noviembre del 2017, hasta el 9 de Julio del 2018, se transmitió la segunda temporada de la serie televisiva *El privilegio de mandar*. Esta serie se puede clasificar como sátira política. La sátira política de esta serie contiene una crítica

mordaz y de burla hacia el acontecer político que se expresa en los diálogos de los personajes.

El concepto de sátira, Virgilio Ariel Rivera (2004) lo señala como: “(...) pequeñas farsas que llevan como subgénero la obra didáctica. La sátira como la palabra lo que implica, es una burla, una crítica mordaz, una denuncia abierta” (ibídem). A partir de la concepción dramática que da Virgilio Ariel Rivera, el género de la farsa tiene dos esquemas básicos que son: a) desnudar la realidad para encontrarle sustancialidad y b) revestir la realidad con el fin de ponerla ideal.

En relación a estas definiciones, se puede interpretar a la serie como una representación teatral (una farsa, un sketch), mientras que los productores de la serie, aprovechándose de la argumentación dramática, representan dentro de la serie de forma exagerada las facciones de los candidatos a la presidencia — postulados para las elecciones del 1 de Julio del 2018—.

En México, las y los candidatos a algún cargo público se popularizan con la difusión de la información sobre las campañas políticas por medio de spots publicitarios y noticias. Estas imágenes publicitarias se vieron alteradas dentro de la serie bajo características exageradas, ello fomentó una forma de entretenimiento a partir de la burla de los candidatos y diversos personajes de la cultura política de México.

El problema en cuanto a la presentación de este tipo de contenido es que, olvidándose de su responsabilidad social como parte de sus estándares de calidad es sus producciones audiovisuales, Televisa fomenta la risa del contexto histórico, distorsionando la percepción de las y los espectadores en cuanto a la seriedad del asunto político del país. Pensando que el propósito de la serie está enfocado en hacer reír.

Hay que entender que la investigación práctica del discurso es un tema serio y que involucra muchos contextos, tanto del conocimiento como de la vida cotidiana, por eso haré notar las conexiones metafóricas con la palabra *aparato*.

Pero si ese concepto lo llevo como metáfora al mundo de las ideas, puedo escribir oraciones cómo: la televisión es usada como un aparato de control mental; refiriéndome así a la definición que da Paula Carvalho para el concepto aparato mental. Esta idea:

Designa al conjunto de las modalidades perceptivas y los soportes sígnicos (lenguaje verbal y otros lenguajes) y conceptuales que sustentan a las formas de pensamiento de un individuo o grupo. Los aparatos mentales hacen operativa la noción de mentalidad e incluye los conjuntos de pensamientos, sentimientos y percepciones que pueden ser diversos en la misma época o en diferentes épocas, al interior de una determinada época (Carvalho, 1991).

Así como los aparatos electrónicos cumplen una función y sirven como herramientas, Marshal Mc Luhan argumentaba que los medios de comunicación eran extensiones de nuestros sentidos, es decir: la televisión es una extensión metafórica de la vista.

Por ello, y para aclarar a lo que me refiero con la práctica metafórica del discurso, primero retomó la idea de la libertad de narrativa que propone Mijaíl Bajtín (1982) en la *Estética de la creación verbal*. Él dice que nosotros, en la creación literaria, podemos nombrar a los personajes de una historia o cuento como cualquier cosa que se nos ocurra y aunque los nombres estén fuera de contexto entre sí, podemos hacerlos dialogar con libertad literaria.

La realidad discursiva de la vida contemporánea, se da en la abstracción y la práctica de los aparatos electrónicos, el traslado de adjetivos de naturaleza humana a las cosas, por ejemplo: Smartphone que significa teléfono inteligente.

De esta manera, vemos cómo se intercambian los significados de adjetivos como la *inteligencia* que es una cualidad humana en abstracción descriptiva metafórica y práctica de los objetos, el Smartphone.

El contexto de *inteligencia* radica en que además de hacer llamadas, estos teléfonos tienen conexión a internet, aplicaciones, agenda, calendario, contactos, redes sociales y son la posibilidad de entretenimiento para el ocio del ser humano;

el uso de esos aparatos electrónicos se vuelve una práctica en la vida contemporánea.

Tomando en cuenta estos dos puntos anteriores, vinculo el término práctica metafórica del discurso y la interacción entre palabras, personas y cosas. Luego entonces, el aparato de control mental cumple con una función, y es una herramienta, un aparato electrónico; éste tiene la peculiaridad de formar la mentalidad de las personas (el aparato mental), porque a partir de cualquier nombramiento en el lenguaje se accede a una acción en la vida real, ya sea en la práctica mental o física.

Una mentalidad que es inducida por la televisión cuando se accede a su contenido en forma de imagen en la cabeza del televidente; como mensajes meramente visuales. Tomando en cuenta ello, si se desconoce el impacto de la profundidad discursiva y la forma en que se emiten estos mensajes, se puede tener una idea manipulada, lo que hará que las opiniones y la visión del mundo se guíen en torno a ese contenido, propiciando así una especie de control de las mentes de los televidentes.

Ese conjunto de significaciones que menciona Paula Carvalho como aparato mental, específico que no sólo se nombra así por el hecho de existir por los seres humanos, sino que también es construido por los mass media.

A lo largo de su historia, la televisión ha tenido relaciones estrechas con el gobierno, ya sea por medio del sensacionalismo u otras prácticas, con la televisión se somete una imagen, en este caso, de los candidatos de los partidos políticos, manipulando las narrativas que presentan de cierta forma a estos personajes y sus prácticas políticas.

Es a partir de estos elementos discursivos que se puede explicar cómo una mentalidad puede ser inducida por medio del entretenimiento y cómo la televisión no media entre el compromiso de responsabilidad social al que alude. Este tema es importante para la comunicación, ya que la mala difusión y entendimiento de

los mensajes audiovisuales generan ideas en la ciudadanía que no precisamente fomentan el desarrollo intelectual y cultural.

En ese sentido, la hipótesis que aquí propongo es que existe un acto de tergiversación de la información del acontecer público a partir un contenido irónico que se vierte en la televisión, se destaca por sus distintos elementos dialógicos, visuales y auditivos; estos conforman un escenario mental entre las y los espectadores.

Con tales percepciones de la información, las audiencias se enfrentan a cambios políticos y económicos que ven pasar en la televisión como si fuese un suceso cualquiera en la vida, pero que ajustados a la realidad, no hay posibilidad para una reflexión crítica que pueda llevar a la sociedad a decisiones por la vía de la democracia como práctica cívica.

Como variable dependiente propongo las cifras de visualizaciones de los capítulos de la serie en el canal oficial de YouTube, estas las mostraré más adelante en el análisis de los capítulos, con ello demostraré el alcance de audiencia que impacta a millones de personas en nuestro país y que como audiencia eligieron por gusto ver la serie en esta plataforma.

Debo hacer una aclaración sobre la obtención de la información a través de la plataforma de YouTube, ya que la lista de reproducción de la serie titulada *Capítulos completos*, ya no se encuentra disponible a la fecha.

La visualización de la serie se puede encontrar en solo 22 capítulos completos en la plataforma de *streaming* Blim, para la cual hay que crear una cuenta y pagar 109 pesos mexicanos. Las variables que aquí se presentan corresponden a las fechas en las que se tenía acceso total a los capítulos completos de la serie en YouTube.

Por otro lado, consideramos que la estrategia de monetización que hizo Televisa a partir de quitar los capítulos de la plataforma de YouTube, para luego cortarlos en pedazos y así obtener en videos cortos un mayor número de reproducciones. Esto

nos sirve de ejemplo para corroborar que existe una visualización masiva del contenido de cada sketch por separado, recordemos que cada capítulo es un conjunto de 4 o 5 sketches.

Las variables independientes se refieren a todas las frases, imágenes, expresiones dentro de los escenarios y diálogos de la serie. Estos son elementos fundamentales para el análisis ya que son los que afectan la voluntad de los espectadores para ver o no el programa por diversión.

Ya sea en Blim o YouTube, donde sea que elijan las lectoras y lectores ver los capítulos o pedazos de capítulos, igual se pueden hacer los ejercicios de análisis que desarrollo en el trabajo como parte de una metodología para el análisis que aquí propongo.

Finalmente, la tergiversación que implica, según la Real Academia Española, “dar una interpretación forzada o errónea a palabras o acontecimientos”, es la consecuencia de recrear lo hecho por medio de la farsa para generar crítica y humor al mismo tiempo. Lo que me parece crucial entender es que la audiencia puede no enterarse de la profundidad del contexto del discurso público y político de la realidad, sobre todo si se siguen produciendo de la misma forma series como las que promueve Televisa.

Aquí radica la importancia de este trabajo, ya que en múltiples ocasiones el espectador no conoce la función del género dramático y audiovisual al que se enfrenta cada vez que mira algún programa en su televisor, y lo que pretende tal televisora, más que generar crítica, es satisfacer las necesidades de entretenimiento de sus audiencias. Con el tiempo, esto puede verse reflejado en la alteración de la percepción de la realidad social.

La televisión, siendo un medio de comunicación masivo, tiende a alterar la percepción y opinión a partir de “criticar a los gobernantes, lo que contribuye a gestar la voluntad política” (Thesing, J., 1999: 32).

Estas formas de presentación de la información y de interacción entre los medios de comunicación y el público, se inducen por medio de la videocultura que como describe Néstor García Canclini:

La radio y la televisión, comprometidas en esta tarea de narrar y dar coherencia a la ciudad, rediseñan sus tácticas comunicacionales para arraigarse en espacios delimitados. [...] Se presentan entonces, en este doble papel: como *informadores macrosociales*, que divulgan lo que sucede en lugares lejanos del país y del mundo, y como *confidentes microsociales*, que cuentan los embotellamientos y las perturbaciones emocionales de la ciudad en la que ustedes están viendo el noticiero. Así pasan, uno tras otro, los rituales de la diplomacia internacional y los espectáculos íntimos de nuestros vecinos (García, 2002).

El espectador o espectadora fomentan el uso de la televisión, adaptándola a las necesidades diarias para informarse del contexto en el que viven, viendo los noticieros en la televisión, por ejemplo.

Las audiencias necesitan tener herramientas para poder analizar los elementos audiovisuales que miran en la televisión, en ese sentido consideramos que es esencial saber cómo se deforman los elementos de la cultura popular en la que viven las personas, aún sin saberlo. La televisora usa esos rasgos distintivos para hacer cultura de masas.

La finalidad de este texto es dotar de herramientas teóricas discursivas necesarias para mirar a conciencia lo que se mira en televisión o cualquier otro medio audiovisual. En ese sentido, hay que tomar en cuenta que una vez dentro de la narrativa audiovisual se deja de ser persona o político, para adoptar el rol de personaje.

La audiencia de Televisa, que son muchos en México y Latinoamérica, deberían tener las herramientas para ser conscientes de los contenidos en los medios de comunicación. Series como *El privilegio de mandar* nos muestran solo una “*apariencia*” de un escenario mediático electoral en México, es decir, se retoman elementos de las noticias, spots, etc., usando características físicas y actitudes de la personalidad de los candidatos para caricaturizarlos, exagerarlos y hacer mofa de sus pretensiones. Ante ello, hay que tener herramientas para identificarlo.

Marco teórico

Quién dice qué...

Para delimitar la línea teórica, debo aclarar que sigo la corriente estructuralista, ya que el lenguaje, las imágenes y su interpretación cultural son los elementos que desarrolla este pensamiento. Ubicando así la opinión pública a partir de la cual se forma la idea del discurso práctico, y éste se involucra en la vida de todas las personas que son audiencia en este caso de Televisa.

La técnica que ocupo es el análisis bibliográfico, este como un conjunto de postulados teóricos para confrontar los conceptos con los símbolos que hay dentro de la serie, tanto imágenes como diálogos. Con ello comprender su relación con la cultura mexicana.

Los autores que propongo como base del marco teórico para el análisis de la serie se encuentran: Neil Postman (2001) en su libro *Divertirse hasta morir: el discurso público en la era del Show Bussines*, plantea que la cultura se manifiesta mediante la información que se habla, que se conversa. En ese sentido define a la cultura como el “conjunto de conversaciones, realizado mediante una variedad de modelos simbólicos” (Postman, 2001: 13).

Ello deriva en que una conversación, al hablarla, significa la realidad de una persona, en este contexto sería a partir de los medios por los cuales se informa, así toman forma los temas de las pláticas cotidianas tomando como ejemplo las noticias del día y con ello poder opinar.

Postman reconoce a los medios de comunicación como una conversación fragmentada, porque las audiencias conversan entre ellas sobre los contenidos que miran en la televisión, pero no se conversa entre televidentes y el televisor. La conversación es fragmentada porque el televisor no responde, solo emite su mensaje.

En las redes sociales de internet, producto de nuestra época, existe una interacción que permite comunicarse a largas distancias y en distintos tiempos, a través de la comunicación escrita y/o audiovisual. Este elemento es importante y requiere de otro análisis, lo que aquí me interesa es partir del medio de comunicación, la televisión.

La exposición a la que se someten las audiencias al ver la serie de televisión, *El privilegio de mandar*, se ríen o comentan aquello que desean opinar respecto a lo ven en la serie, por eso “los medios de comunicación disponibles en cada cultura constituyen una influencia dominante en la formación de las preocupaciones intelectuales y sociales de la cultura (Postman, 2001: 13).

Estas preocupaciones son la “visión del mundo” que se genera a partir de la percepción de las noticias del día. Postman menciona que “las variaciones en las estructuras de la lengua, darían como resultado variaciones en lo que podríamos llamar <<la visión del mundo>> y esta visión del mundo se da por la argumentación de la realidad por medio del discurso” (Postman, 2001: 14).

Postman retoma la frase de Marshall McLuhan: “el medio es el mensaje; para convertirla en: El medio es la metáfora; titulado así el primer capítulo de su obra y concluyendo de esta manera:

No vemos la naturaleza, o la inteligencia, o la motivación humana o ideológica como <<es>> sino como son nuestras lenguas; y éstas son nuestros medios de comunicación. Nuestros medios son nuestras metáforas, y éstas crean el contenido de nuestra cultura (Postman, 2001: 19).

En el análisis sobre la televisión Postman dice que “gran parte de nuestro discurso público, se ha convertido en una peligrosa absurdidad” (ibidem); y así como existe el mundo del espectáculo en otro contexto, también lo hay en México.

Considero absurdo el reflejo de las conversaciones de lo cotidiano y el discurso público sobre la política de México a partir de la abstracción de la crítica y humor que se genera hacia los políticos a través de los *mass media*, el entretenimiento,

la distracción, supuestamente para hacer más llevadera la vida cotidiana y sobre todo, “recreando el ánimo”.

Retomando el pensamiento de Postman, y poniendo el foco en la serie “El Privilegio de Mandar” y nuestro contexto social político nacional, coincido en que “La Televisión se halla en su punto más trivial, y por lo tanto más peligroso, cuando sus aspiraciones son elevadas y se presenta a sí misma como la portadora de importantes conversaciones culturales” (Postman, 2001: 21).

¿Cuáles son las aspiraciones de Televisa? y ¿Cómo pretende ser portadora de importantes conversaciones culturales?; la respuesta que la televisora plantea a esta pregunta se enlaza con su misión y visión que ya hemos mencionado anteriormente, esta se puede encontrar completa en su página de internet.¹

En esta misión y visión se plantea que el entretenimiento se entiende como una necesidad, seguido por la idea de responsabilidad social; la idea del entretenimiento como una necesidad y una responsabilidad social resultan irónicos cuando las opiniones y los análisis de algunos elementos de la serie se desarrollan como lo hacen, lo cual se analizará más adelante.

En los géneros dramáticos que han estudiado la conducta humana desde la antigüedad, se observa que existe la socialización; ahí es donde surge la necesidad inherente del ser humano a vivir en sociedad para su supervivencia y adaptación al medio. En esta interacción surgen intercambios conductuales con características culturales que se dan en la convivencia cara a cara.

Virgilio Ariel Rivera dice respecto a las raíces del melodrama, que:

La diversión es una necesidad primaria en el ser humano, implícita a lo largo de toda su existencia, tanto en el ámbito individual como en el colectivo (...) Ciertamente, la diversión en el hombre no implica necesariamente risa; se da de diferentes formas: la apreciación pura, el aprendizaje, el reconocimiento, la creatividad, la asociación, el juego y el escarnio son formas diferentes de diversión. Estas formas físicas, intelectuales, espirituales o instintivas tienen entre sí un

¹ Disponible en: <https://www.televisa.com/corporativo/cultura-corporativa>.

común denominador: el manejo de las emociones. Sin embargo, las más de las formas de diversión, como vemos, comprometen al individuo en otras actividades, y la diversión, cuanto menos compromete, es tanto más pura, más relajante, más necesaria para sobrellevar la vida (Rivera, 2004: 200).

Cuando se libera el neurotransmisor² de la dopamina, esta nos ayuda a sobrellevar la vida, nos hace sentir bienestar y lo hace en situaciones que permiten el placer.

Como se ve en el video del canal de YouTube ¿Por qué nos gusta la música? C de Ciencia (2018) (Altozano, Jaime)³, específicamente en el minuto 1:56, podemos observar que un experimento con ratones, a los que se les elimina la capacidad de segregar la sustancia dopamina, mueren de hambre, aun cuando estos comen, porque su cerebro no les daba la satisfacción que les produce ingerir alimentos. Se mostró el mismo experimento con otros ratones y se demostró lo contrario; a estos se les conectó un aparato a sus cerebros, que, al pulsar un botón, segregaba la sustancia como recompensa al comer. De esa manera se demuestran estímulos como el placer de comer.

Con este ejemplo, puedo decir que, en el caso del ser humano, la necesidad de sentirse bien, es parte de su salud física y psicológica, que por ello hace actividades que le produzcan placeres como divertirse y socializar, algo que hacen con una serie.

La idea de diversión nos plantea que se trata de “entretener, recrear, apartar, desviar, alejar”; en medicina esta idea se refiere a “dirigir hacia otra parte un líquido corporal”; en el caso de la milicia significa “dirigir la atención del enemigo a otra o a otras partes, para dividir y debilitar sus fuerzas”.⁴

² Un neurotransmisor es un producto o sustancia que transmite los impulsos en la sinapsis nerviosa. Real Academia Española, Diccionario de la lengua española (2019), en: <https://dle.rae.es/?id=QSYd42r>, consultado el 30 de junio de 2019.

³ Perfil de YouTube en: <https://www.youtube.com/watch?v=si-jXKZ7LGc&t=18s>, consultado el 30 de junio de 2019.

⁴ Real Academia Española, Diccionario de la lengua española (2019), en: <https://dle.rae.es/?id=E0vR51X>, consultado el 15 de julio de 2018.

Según la RAE la diversión se refiere al “recreo, pasatiempo, solaz”; diversión para la milicia es “acción de distraer o desviar la atención y fuerzas del enemigo”.⁵

La sexta definición de la RAE para la palabra dirigir es “aconsejar y gobernar la conciencia de alguien”.⁶

¿Podría ser que Televisa mire a sus audiencias con la definición contenida en el contexto de milicia para entender el concepto y sentido de la diversión?

La diversión gasta energía en el ser humano, la práctica discursiva y los significados de las palabras tienen una raíz profunda que da significado a la acción que prevalece en el concepto; por ejemplo, para la milicia divertirse es dirigir la energía del enemigo para agotarlo, debilitarlo, y dirigir también es aconsejar y gobernar la conciencia del otro.

En ese sentido, por medio del drama audiovisual se puede moralizar la conciencia de alguien por situaciones y escenarios que el espectador identifique, basándose en experiencias de su vida para poder entender el contexto, en este caso el de una situación planteada en la televisión.

Televisa hace uso del melodrama para entretener a sus audiencias a partir de recursos técnicos que ponen en funcionamiento los mecanismos socio-morales que hay en sus telenovelas, por ejemplo.

El espectador o espectadora, son afectados en sus emociones a través de los contenidos audiovisuales, en esta acción los espectadores comparan su conocimiento empírico con la experiencia propuesta por el audiovisual.

Si el espectador o espectadora se interesa por el programa, le atraerá ver por más tiempo las acciones de los personajes, analizará la situación propuesta en la

⁵ Real Academia Española, Diccionario de la lengua española (2019), en: <https://dle.rae.es/?id=E0eav7y>, consultado el 15 de julio de 2018.

⁶ Real Academia Española, Diccionario de la lengua española (2019), en: <https://dle.rae.es/?id=DrN2G6M>, consultado el 15 de junio de 2018.

pantalla y su punto de partida serán sus nociones ético-morales con los que interactúa en su propia vida.

Así es como el drama brinda alguna lección moral; una vez que el espectador o espectadora reflexionó y decidió qué rol jugará a partir de ciertas escenas, habrá proyectado a una persona, habrá gastado energía, como si fuese una especie de consejo. La publicidad es un ejemplo claro de ello, usa información a la que el espectador queda expuesto y así se incide en lo que se debe consumir.

En este sentido hay una especie de gobierno de las mentes donde se afectan directamente las emociones; las personas reconocen y repiten frases, trabajan, compran y están inmersos en un modelo económico, en una cultura política, el sujeto, el individuo, las personas, las y los espectadores quedan relegados a esta situación de manera explícita.

Como dice el título del libro de Neil Postman (2004) *Divertirse hasta morir: el discurso público en la era del show business*, el ejemplo claro queda al descubierto cuando entendemos el papel de Donald Trump no como una imagen de presidente sino como un showman. Este ejemplo se puede pensar que hacer pública la imagen de este personaje a través de darle mayor peso a la publicidad con su opinión personal en la red social Twitter, se visibiliza una narrativa que queda en primer plano a partir del trabajo de los medios informáticos.

Giovanni Sartori (1998) llama al hombre moderno como *homo videns*, porque este dirige su atención a las imágenes y vive rodeado de imágenes que dan sentido a su vida e imaginación, el título de su obra *Homo Videns: La sociedad teledirigida* profundiza sobre esta idea. La idea de metáfora de Neil Postman (2001) complementa muy bien esta idea de Sartori.

Por otro lado, la reverberación es un efecto acústico del sonido; éste viaja en un espacio amplio y las ondas se reflejan dando la sensación de que el sonido al final de haber sido emitido desde su fuente que lo causa hasta que finaliza, permanece unos segundos hasta que se termina de reflejar la estela del sonido emitido hasta

desaparecer. La sociedad teledirigida hace uso de este recurso y funciona de manera similar, donde se aconseja y gobierna a distancia; el efecto de la reverberación mediática se produce cuando el impacto de una idea tarda en reproducirse en las opiniones de las personas hasta que llega el silencio, el último reflejo de la idea de opinión insertada en las mentes de las personas.

La teledirección interviene al producir la opinión en las audiencias y el efecto de reverberación es el tiempo que tarda en desaparecer una noticia en los medios y la opinión pública que se va con esta. El impacto mediático, en el imaginario colectivo, se produce a partir del espectro mediático, información difundida en medios de comunicación y redes sociales, ello permite que se produzcan las ideas una realidad latente para el siglo XXI.

Al mirar las noticias se generan impactos mediáticos, los medios de comunicación difunden información específica con profundidad de significado discursivo, lo que conmueve y da lugar a las emociones y la razón de quien recibe esta información y estímulo.

Cuando existe un mayor número de medios de comunicación que difundan la noticia, mayor será el impacto de la noticia alrededor del mundo y la opinión pública, probablemente, sea compartida por millones de personas. Algo que en publicidad se llama *estar posicionado*; pero ¿dónde?, este análisis permite decir que en la mente de las personas, porque ahí se instala el recuerdo y las decisiones y opiniones, se recuerda la marca cada que alguien pregunte acerca de algún producto, el posicionamiento del receptor será lo que recuerden primero.

Los medios de comunicación comerciales como Televisa venden a las empresas el tiempo al aire usado para cortes comerciales, ahí se muestran las imágenes del producto a la venta y éste se muestra en pequeñas narrativas, aprovechando toda la atención de las audiencias que en ese momento están sintonizando algún programa en específico.

Pero como dice Postman (2001) es en la era del *show business* donde las noticias que generan mayor impacto serán las que se posicionan. El ejemplo de la construcción del muro en la frontera de México y Estados Unidos fue una noticia que se miró durante días y era el tema de la conversación pública por vario tiempo.

Los impactos mediáticos que reciben las personas generan opiniones y estos afectan con mayor relevancia cuando se tiene una emoción efectuada, en el caso del muro fronterizo, fue el sentido patriótico del territorio mexicano, y en ese sentido se percibió un discurso cargado de racismo, característica evidente en presidente de Estados Unidos en ese contexto, Donald Trump.

Los receptores de esa información generan opiniones a partir de esas percepciones y discursos, ideas generadas a partir de los medios que mantienen una constancia en estos discursos, no solo de los noticieros, también de las redes sociales como Facebook o Twitter.

Es el sonido y la idea la que se refleja y se mantiene por un tiempo hasta desvanecerse, las reflexiones que al final se mantienen son la última estela del sonido o las *early reflections* (reflexiones tempranas del sonido)⁷ son las opiniones y los comentarios que se reflejan hasta que se deja de hablar del tema.

Virgilio Ariel Rivera plantea más datos sobre el tema de diversión en la sociedad, factor que influye en el género melodramático:

Costumbres en colectividad: diversión.- En el orden colectivo y en la cultura de los pueblos, las diversiones, las costumbres, las creencias –el folclor- no son más que el resultado de esa necesidad de sobrellevar la vida, es decir, de divertirse mediante el manejo exaltado de las emociones (...) Las celebraciones religiosas o políticas, las fechas que se esperan con impaciencia agrado, solamente conducen a este fin, divertir, hacer más amable la vida, la propia y la de los demás; a eso conduce exaltar el sentimiento por Dios, por la patria, por los seres queridos vivos o muertos; a divertir conduce también hacer ante los demás demostraciones exaltadas de

⁷ Concepto de la ingeniería de audio.

nostalgia, de dolor, de amor o de alegría, de entusiasmo, de orgullo, de capacidad, de reconocimiento y de valor (Rivera. V., 2004: 200).

La gente se divierte por satisfacción, para sentir la felicidad y como ya se ha expresado, es un efecto bioquímico que en esta época se percibe como una muestra de nuestra época donde muchas personas pasan mucho tiempo de ocio, tiempo que ocupan para descansar o mirar televisión.

Estas ideas expuestas hasta aquí me permiten decir que en las elecciones presidenciales de 2018 se presentaron a partir de esta serie televisiva como diversión. La dirección de las masas se comenzó a gestar desde noviembre de 2017, cuando Televisa dio salida a los primeros capítulos de esta segunda temporada de la serie “El privilegio de mandar”, en ese sentido nos preguntamos ¿Hubo la dirección de atención y energía de las audiencias con este programa con algún propósito específico?

Considero que mientras no se tenga contacto directo con las instalaciones, con los creadores de estos proyectos, quienes manejan las finanzas, con los directores del contenido audiovisual, con Emilio Azcárraga Jean, será muy difícil saber con exactitud el propósito real de la creación del contenido audiovisual de dicha empresa.

Sin embargo, a partir de los análisis que he planteado puedo decir que la perspectiva que se desarrolla sobre un fenómeno a través del consumo de cierta programación televisiva, impacta directamente al espectador y hace que su atención, su conciencia y su imaginación se dirijan hacia ciertas posiciones ideológicas.

Es muy común que el espectador o espectadora busquen el entretenimiento y rechacen la idea de ser manipulados por el material televisivo, en la mayoría de los casos, las personas dicen tener la voluntad de decidir por sí mismos el cómo actuar en su vida diaria, afirmando que la televisión no influye en la conducta propia. Desde los recursos técnicos del drama, advierto al espectador o

espectadora que eso no necesariamente es así. Sí existe una tendencia a formar ciertas conciencias a partir del contenido de los medios de comunicación.

Los géneros dramáticos parten de un aspecto fundamental para la vida humana en sociedad, la conducta, con ella el ser humano se adapta culturalmente a su entorno vital, aprende a subsistir, a vivir de cierta forma. Hay conductas establecidas en la normatividad de la sociedad que habitan.

Virgilio explica de manera sencilla dos tipos de diversión que dan sentido a los recursos técnicos del teatro:

Diversión comprometida y diversión pura. - En su primera infancia el ser humano aprecia, a nivel individual, una palabra, un arrullo, una sonrisa; y mediante estos estímulos se divierte al poner en juego sus primeras emociones; luego empieza a reconocer conceptos y entra en la etapa del primer aprendizaje; y en cuanto este proceso de aprender implica compromisos más importantes, la diversión va siendo menor. Así recurre al juego o al escarnio; después tiene la necesidad de aprender la diferencia entre lo positivo y lo negativo, y se ve obligado a seleccionar el juego; posteriormente busca la forma de cubrir sus múltiples necesidades haciéndolo de forma divertida. La lucha por su existencia deberá estar siempre equilibrada con su diversión, pero cuanto más comprometido está con sus diferentes actividades, tanto más necesaria es para él la otra diversión, la diversión pura. Ésta se logra, entonces, mediante la adquisición de costumbres determinadas: va al campo, escucha música, juega a las cartas, presencia o practica algún deporte, sigue a uno o a unos cantantes de su gusto, ve la televisión, asiste al cine o lee con cierta frecuencia los periódicos; atiende más o menos a los medios de comunicación, los cuales representan para la mayoría de los humanos nada más que medios para poner en juego sus emociones, que es lo mismo que decir medios de diversión (Rivera. V., 2004: 200 - 201).

Virgilio parte del género melodrama, el melodrama parte del fundamento de la diversión, pero la farsa, que es el género del cual se ahondará en este trabajo, retoma funciones de los otros géneros dramáticos para tener funcionalidad.

El teatro tiene una importancia fundamental para la sociedad, cosa que se tiene relegada, sin embargo, parte del estudio general de la naturaleza humana, y esa naturaleza es de orden conductual y social, en donde las emociones son fundamentales para la alteración de la conducta humana. Los estímulos cotidianos

para el espectador o espectadora, que como se mencionan en las etapas de la vida del ser humano como la infancia, se encuentran en un estado puro de apreciación, de reconocimiento del mundo y a la vez se viven estos estímulos donde se van modificando las maneras de comportarse con el entorno.

El lenguaje le da forma a los pensamientos y a las ideas de los seres humanos. Esa etapa del aprendizaje a la que se refiere Virgilio, implica compromisos más importantes, la diversión disminuye en la adultez cuando uno se da cuenta de sí mismo y su responsabilidad para con la sociedad; “la lucha por su existencia deberá estar siempre equilibrada con su diversión” (Rivera. V., 2004: 201).

¿Divertirse hasta morir?, la existencia del ser humano, que padece su pasión por vivir, porque si no lo hiciera llegaría al suicidio o moriría de hambre al no encontrar satisfacción en el comer como los ratones. En cuanto más se está preocupado por los compromisos importantes y nuevos de la vida adulta, se necesitará buscar espacios para su diversión. Recalco, los necesitará.

A esos medios de diversión a los que se refiere Rivera (2004), sirven para poner en juego las emociones del individuo, de las audiencias, del espectador o la espectadora son hoy las telecomunicaciones, las nuevas tecnologías que han acortado las distancias para socializar de los seres humanos, ya sea para sentir placer en esas horas de ocio, conviviendo con la televisión, con su smart phone, smart tv, consola u ordenador, etc.

Actividades tan cotidianas como necesarias como el ver los noticieros, hace de la televisión mexicana un medio de comunicación bastante masificado. Para describir el uso de la conducta cotidiana dramática del ser humano no hay manera más puntual de decirlo que como lo hace Virgilio Ariel Rivera (2004) cuando explica la interacción de los medios de comunicación como una entidad abstracta dividida en diversas formas que conectan al hombre con su sociedad a través de distintos canales:

Cuando el hombre moderno se entera de las noticias, raramente lo hace escuchando un programa determinado en la radio; prefiere en

ese caso, la televisión al calor del hogar, recostarse en la cama o en su sitio predilecto, en donde el aparato ha sido previamente colocado, mirando imágenes a colores, regocijándose con la vista de los lugares y de los rostros; la palabra –la noticia misma- pasa a un segundo o tercer orden, cuando no sencillamente el televidente cambia de canal por otro que tal vez contenga anuncios, en el peor de los casos, estéticos. En el noticiario cinematográfico se entera de las noticias porque no tiene más remedio, o a sabiendas de que después viene la diversión, el relajamiento puro (...) Al hojear un periódico, el hombre común –repetimos, el hombre común- busca, por encima de la información y del conocimiento, lo que resulta más divertido, lo que pone en juego sus emociones sin obligarlo –u obligándolo en lo mínimo, sólo hasta donde él mismo quiere permitírsele- a comprometerse. Lee las noticias internacionales y se sorprende; las políticas de su país y se satisface o se indigna; las policíacas y se conduele; las deportivas y se entusiasma; las sociales y se ríe o se enorgullece. Luego dobla el periódico y lo tira al deshecho y al día siguiente compra otro y vuelve a hacer lo mismo. Un mínimo porcentaje de lectores es el que se siente verdaderamente afectado, el que se ve obligado a cambiar su vida en función de lo que ha leído, el que se involucra en lo que está sucediendo y de lo cual acaba de enterarse, el que guarda unos recortes, o el que, periódico en mano, se lanza al extranjero a auxiliar a las víctimas de la catástrofe ocurrida en un lugar lejano; el que va a protestar ante su gobierno por lo injusto de la ley impuesta el día anterior; el que se propone, a partir de ese momento, imitar al ídolo que ocupa las primeras planas, o el que se interesa verdaderamente por el chisme social referente a una persona a la que nunca ha conocido (...) El hombre común en una forma y el hombre extraordinario en otra, buscan, por encima de todo compromiso, la diversión pura antes que la información que, en algún aspecto, lo compromete y cuando no lo logra, atiende a otros métodos para conseguirla (Rivera. V., 2004: 201 - 202).

Como dice Rivera, “divertir y no involucrar al espectador” es la premisa perfecta para saber que lo que pasa es que la televisión justamente no compromete al espectador o espectadora, por eso es divertida, además del goce visual que hace disfrutar con cualquier contexto melodramático, encontrando entretenimiento al mirar televisión.

Televisa pudiera considerar a sus audiencias el enemigo a debilitar, puedo atreverme a decir, tomando en cuenta que hay una coartada entre el gobierno, la industria cultural y el corporativo, se usa esta manipulación o “droga” televisiva para agotar las energías de la población y así mover sus decisiones cívicas y su conciencia hacia ciertos lugares.

La espectadora o el espectador “al final de un melodrama ya no tiene que molestarse en pensar; su sentimiento está agotado, sus emociones ya han sido satisfechas, ya está debilitado y no quiere poner más en práctica su capacidad de comprensión” (Rivera. V., 2004: 207).

Por ello, en este trabajo afirmo que la espectadora o espectador se ven manipulados y agotados a partir de disponerse a ver programas televisivos, a su vez que se ven filtrados todos los estímulos sensoriales que afectan sus emociones para recibir todo el contenido audiovisual que puede modificar sus conductas y decisiones.

Postman alude al término de resonancia que propone Northrop Frye, autor que cita en su texto, y el argumento dice que es “por medio de la resonancia, una declaración particular y en un contexto particular, adquiere una significación universal” (Frye en Postman, 2001: 22).

Dicha cita, analizada por Postman, alude a que “la fuerza generativa es la metáfora; esto es, el poder de una frase, un libro, una personalidad o un relato para unificar y dar sentido a una variedad de actitudes o experiencias” (Postman 2001: 22).

Con el concepto de resonancia ubicaré elementos significativos de la personalidad de los candidatos, la construcción de los diálogos y la caracterización de los personajes para adaptarlos metafóricamente, generando así resonancia con las opiniones que se buscan producir para las audiencias a partir de una generalización de la significación universal y la burla a la política.

Una vez adaptados los personajes y la escenificación del guión en cada capítulo, la audiencia verá el resultado final y tendrá una conversación acerca de lo observado en la pantalla con alguien más. Postman dice que el entretenimiento es la supraideología de todo el discurso sobre la televisión.

Según Carlos Marx, la ideología es la falsa concepción de la realidad, y el prefijo supra, que quiere decir por encima, se comprende al entretenimiento como

supraideología que está por encima de cualquier acto de interpretación de la concepción de la realidad.

Aunado a ello, “los acontecimientos que está percibiendo tienen tanta relación con la realidad como las escenas de una obra de teatro” (Postman 2001: 107), y es justamente desde ahí que se abordará el sentido de entretenimiento como supraideología a través de la televisión.

El uso de la representación teatral, aunado al concepto *formas del discurso*, que para Postman (2001) son sinónimos de la expresividad personificada en el diálogo de los personajes, la frase ¡y ahora... esto!⁸, se ejemplifica esta idea, cuando los conductores de noticieros guardan una nota para generar el interés de la audiencia y ésta la guardan hasta el final. Se genera curiosidad al mismo tiempo que interés publicitario, creando espectáculo para posteriormente presentar la información a partir de las gesticulaciones de los conductores gesticulando sugiriendo emotividad.

El contexto que se presenta, es la manera en que se expresarán las ideas para manipular las emociones del espectador y así tenerlo al pendiente del televisor.

Las frases que se dicen los conductores de manera recurrente, forman parte de las expresiones que hacen de las noticias u otro programa de televisión un discurso que se utiliza para formar parte la mente de las y los telespectadores.

Postman llama a un noticiero esa puesta en escena como una “actuación dramática estilizada” (Postman 2001: 107).

En la serie que analizo, comprendemos cómo se acoplan los diálogos de los personajes con las expresiones de los políticos que salen en medios de comunicación, principalmente en los noticieros, ello nos muestra el carisma y la personalidad de los personajes en la pantalla.

⁸ Postman (2001) nombra con esa frase el séptimo capítulo de su libro *Divertirse hasta morir: el discurso público en la era del Show Business*.

Frases usadas en la primera temporada de *El privilegio de mandar*, “Eh jhto ehj un compló”⁹, era parte de la personalidad del candidato a la presidencia de la república mexicana en el 2006, Andrés Manuel López Obrador, y por supuesto fue adaptada para parodiar la personalidad del candidato a partir de las formas del discurso, adaptadas bajo la significación universal de la burla.

La Real Academia Española indica el concepto de parodia como imitación burlesca; cabe destacar que la serie inició como pequeños sketches dentro del programa *La Parodia*, programa de entretenimiento de la misma televisora, realizado con el objetivo de entretener por medio de la burla. Con ello se buscaba recrear el ánimo de los televidentes los domingos por la noche.

Dice Postman “lo que ha ocurrido es que el público se ha adaptado a la incoherencia y se ha divertido hasta la indiferencia” (Postman 2001: 114), esta idea nos sirve para comprender cómo Televisa se convierte en una empresa dedicada a fomentar y ofrecer entretenimiento, por tanto, los temas de política en México, se convierten en una opción de mostrarse como entretenimiento más que contenidos serios para la ciudadanía.

En ese sentido nos preguntamos ¿cómo este tipo de programación adopta esa indiferencia y evita la conciencia racional de la ciudadanía?

En la televisión existe una tradición publicitaria, está evolucionó del mundo de los comerciales entre los años 1950 y 1960, pasaron de ser argumentativos para ser ahora una publicidad basada en imágenes, estética y lo dramático.

Con el desarrollo de la publicidad y la mercadotecnia, la libre competencia entre las empresas y la consolidación de la televisión que llena de contenido el mundo comercial de artículos de consumo para las masas, nos encontramos en un

⁹ La frase está escrita simulando el acento de Andrés Manuel López Obrador como tabasqueño, la frase dice: *Esto es un complot*, frase que se hizo popular tras haber acusado de complot el debate de las elecciones del 2006.

momento que donde técnicamente¹⁰ se llega a las conciencias de los individuos por medio de las emociones y las narrativas.

Así, se conectan las emociones de las personas donde se introyectan ideas, con ello, “en el mundo de la televisión y otros medios visuales el conocimiento político consiste en tener imágenes en la mente en vez de palabras” (Postman 2001: 136). Para fines prácticos de Televisa, aunque propone una crítica a la escena política, lo que hace es ridiculizar por medio de las imágenes, práctica muy usual en la sección de noticias *Las mangas del chaleco*, promoviendo la burla a través de una sección en un noticiero oficial de la empresa.

Ese conocimiento político que se adquiere por medio de imágenes, es usado como discurso de poder puesto que configura la imaginación del televidente cada vez que se expone a este tipo de contenidos.

En toda la serie *El privilegio de mandar* se hace un anuncio publicitario de los candidatos en la escena política, y siguiendo con el argumento de Postman (2001), estos anuncios siempre se dirigen a las necesidades psicológicas del televidente.

El reflejo que existe sobre una sociedad popular y urbanizada, que se sientan a ver el programa y que ríen de los chistes y situaciones plasmadas en varios capítulos para ejemplificar actitudes de la ciudadanía hacia la política es complejo.

En realidad, considero vergonzoso descubrir que la crisis política que vive el país, los ciudadanos no puedan argumentar con conciencia la toma de decisiones democráticas, donde se pueda terminar con la corrupción, por ejemplo.

Postman (2001) nos dice que los políticos terminarían siendo aceptados como celebridades de la cultura general televisiva, y sin más, estos políticos y políticas que aparecen en pantalla pierden sus cualidades de servidores públicos y se convierten en personajes representados por una narrativa audiovisual que les degrada su personalidad.

¹⁰ Con los recursos de la teoría dramática y cinematográfica.

Acumuladas las experiencias mediáticas televisivas en el ámbito político del país, la audiencia termina distrayéndose de los verdaderos problemas bajo un discurso político irrisorio

La televisión le da un mal nombre a la imagen, pues en dicho medio el político no ofrece a la audiencia una imagen de sí mismo, sino que se ofrece a sí mismo como imagen de la audiencia. Y en eso reside una de las influencias más poderosas del anuncio de televisión en el discurso público (Postman 2001: 140).

En ese sentido, el discurso público se posiciona en la mente de las audiencias para apreciar formas narrativas en los personajes políticos como meros y únicos representantes de un partido político con cierto estatus social, con ciertas aptitudes profesionales políticas para la toma de decisiones sobre el manejo de los recursos públicos y las relaciones internacionales.

Estas dinámicas se basan en conversaciones fragmentadas y “no se nos permite saber quién sería mejor como presidente, gobernador o senador, sino quien tiene la imagen que mejor puede alcanzar y calmar la profundidad de nuestro descontento” (Postman 2001: 141).

El voto popular en las elecciones en 2018 donde Andrés Manuel López Obrador se hace presidente, nos muestra que recae en ese descontento de las mexicanas y mexicanos para abolir el aparente teatro del PRI o del PAN.

Esta puede ser evidencia contundente para comprender cómo la televisión, en palabras de Postman, la imagen vacía de contenido histórico lo que nos permite afirmar que lo que se anuncia en pantallas es puro drama¹¹ y no discurso político, “la censura no es necesaria cuando el discurso político toma la forma de una broma” (Postman 2001: 147).

En el tema de cesura, podemos decir respecto a esta programación que la serie no fue producida en toda la época de campaña presidencial de Enrique Peña Nieto, sino a partir del 2006 que fue el año donde se produjo la primera temporada

¹¹ Para Aristóteles drama significa acción.

del *Privilegio de mandar*, y que para 2018 sale esta serie sin censura y con una tendencia de agresividad en el lenguaje de los personajes.

Estos episodios se nutren de las propias escenas de la política mexicana, donde a los candidatos se le salen groserías y comentarios embarazados, actos que se dan en público y en la Cámara de Diputados o evento político. Ello ayuda a fomentar la broma ante las cámaras.

El resultado en ese sentido es la poca credibilidad en las formas políticas del país, donde el discurso político se convierte en una broma que se normaliza a partir de la cotidianidad de la vida política, legitimada por los ciudadanos. Y me parece que eso no permite que haya un interés por acceso a otras fuentes como textos de filosofía o teoría política. Es más fácil fomentar la burla a partir de las actitudes embarazosas de los políticos en estos medios de comunicación.

Hay así una tergiversación de la práctica teórica de la política en México donde las y los televidentes tienden a malinterpretar el acto político, minimizando la importancia del tema, dejándola solo en el nivel de la comedia.

Continuando con la base teórica, Guillermo Orozco (1994) explica la relación entre la producción de contenido televisivo y su ideologización, elementos de conversación fragmentada entre el producto televisivo y el telespectador. La base del pensamiento de Orozco se sitúa en la producción de significados en el discurso televisivo y su relación con los receptores.

En su ensayo titulado *Mirando detrás de la pantalla*, el autor refiere que la diferenciación de los estudios tradicionales de la televisión es que se toma al televidente como simple depositario de los efectos emitidos por los productos comunicativos. Esto se asocia a la idea de la aguja hipodérmica, en la que metafóricamente se lanza el impacto mediático y por ende los receptores recibirán el mensaje y así estos serán manipulados en acción y pensamiento para cumplir los objetivos de los medios de comunicación en caso de querer manipular a las masas.

A esto Orozco lo llama paradigma convencional y lo describe como

El foco de atención en los estudios convencionales se ha puesto en lo que está pasando *enfrente de la pantalla*. De esta forma, en los estudios convencionales se ha negado implícita o explícitamente cualquier relación entre las determinaciones ideológicas del contenido del discurso que se transmite y aquellos que controlan y deciden sobre esos contenidos y los receptores (Bagdikian y Esteinou en Orozco 1994).

La definición *detrás de la pantalla* para Orozco es que existen distintos estudios sobre los efectos de la televisión que se han inclinado hacia el análisis técnico de la elaboración de productos televisivos sin tomar en cuenta la influencia de la ideología que tienen los productores y directores de televisión en la elaboración de los contenidos. Cuando debería existir una diferenciación cultural y geopolítica a la hora de elaborar programas de contenido específico, que ayude a que el telespectador se comprenda dentro del contexto.

Orozco plantea a Meyer (1983) para hablar sobre la influencia inherente a la televisión guiada por los planos, los colores, los sonidos; elementos que captan la atención del televidente. Con ello, Orozco ejemplifica la relación directa entre causa y efecto con la transmisión de programas violentos, lo que dará por efecto conductas violentas entre los televidentes.

También habla sobre la teoría del cultivo o efecto Gerbner. La hipótesis de esta teoría plantea que “los efectos de la televisión son producidos no a través de la exposición de los receptores a un programa específico, sino a través de la acumulación de horas dedicadas a ver televisión” (Cfr. Orozco 1994).

Derivado de los estudios de Gerbner, Orozco menciona que se “ha trascendido el modelo tradicional tecnicista, que ve a la televisión como un medio para considerarla también como una institución” (Cfr. Orozco 1994: 21).

Por tanto “la institucionalización de la Televisión y su connotación ideológica específica del contenido del discurso televisivo” (Orozco 1994: 21), conecta con la idea de que Televisa, por medio de la elaboración de ciertos programas como *La*

rosa de Guadalupe o *El privilegio de mandar*, genera ciertos discursos recogidos de la cultura popular para abordar el contexto del sujeto televidente. De esta manera se genera una influencia ideológica a partir de asociar temas de interés común en el discurso público.

Según Mario Margulis, la cultura popular es

La cultura de los de abajo, fabricada por ellos mismos, carente de medios técnicos. Sus productores y consumidores son los mismos individuos: crean y ejercen su cultura, no es una cultura para ser vendida, sino para ser usada. Responde a las necesidades de los grupos populares (Margulis, 1987).

No obstante, los grandes medios de comunicación como Televisa, extraen elementos de la cultura popular para la construcción de sus personajes, como el caso de Doña Margara o el indio Brayan, personajes que aparecen en la serie, lo cual hace parte de esta cultura popular que se reconoce o intenta reconocerse en una forma despectiva.

Para la RAE la palabra institución significa organismo que desempeña una función de interés público, especialmente benéfico o docente. Cada una de las organizaciones fundamentales de un Estado, nación o sociedad".¹² Así pues, la televisión como parte del interés público, es una organización que se ha convertido en un elemento fundamental instalado en los hogares de la sociedad mexicana.

Orozco recurre a la analogía de ventana para referirse a la televisión, según la cual se da la captura de la realidad a través de la cámara, como una ventana a esa realidad exterior. Por otro lado también explica la metáfora del espejo, donde la pantalla es el reflejo donde se puede visualizar la sociedad. En las formas del discurso que menciona Postman (2001), se copian expresiones o frases para formular tales referentes y contextos extraídos de la cultura popular para que sean reconocidos por las audiencias y así formar la cultura de masas.

¹² Real Academia Española, Diccionario de la lengua española (2019), en: <https://dle.rae.es/?id=LnOUwtU>, consultado el 18 de Julio de 2019.

“El rol institucional de la televisión en la sociedad se restringe a la sola selección o exclusión de la realidad a transmitir” (Orozco, 1994). Son los empresarios quienes determinan lo que se transmitirá en las pantallas de los hogares y finalmente el televidente decidirá qué canal y programa ver de una lista seleccionada por la empresa.

La selección o exclusión de la sociedad que se refleja, según los productores televisivos, se condensa en el guion con las supuestas expresiones o señas particulares de las clases populares que toman vida a partir de los diálogos de los personajes.

De esas expresiones, se forman estereotipos con el que se busca establecer algún referente cultural que ayude a identificar y generar interés, dando como resultado el entretenimiento.

Siguiendo la analogía del espejo, Orozco cita a Woollacott para definir la inserción de la televisión en la realidad social, Woollacott dice

Los medios de comunicación no están *aparte* de la realidad social que los circunda, reflejando pasivamente esa realidad o retroproyectando su imagen: los medios forman *parte* de esa realidad social contribuyendo activamente a su conformación y a la lógica y dirección de su desarrollo a través de la forma particular en que esos medios articulan socialmente nuestras percepciones (Woollacott, 1982: 288).

La televisión vista como referente de la realidad a partir de lo que se proyecta en ella, altera la percepción del contenido representado y por tanto la percepción de la realidad social cambia.

En gran parte de México, aún con el uso de las redes sociales de internet, la televisión sigue teniendo miles de televidentes, pues esta se ha ido acoplado a las nuevas tecnologías a las que accede el ser humano. Además del interés que existe por el contenido de noticias, deportes, entretenimiento y otros temas.

Otra perspectiva para leer el concepto de televisión como institución la entendemos desde la idea de Althusser (1977) que Orozco retoma “para entender

a la Televisión y a otros medios como aparatos ideológicos de Estado” (Althusser en Orozco, 1994: 26); en este sentido comprendo que el discurso, por medio de la metáfora, es donde se forma el contexto a partir del juego de palabras que afectan la visión de mundo de las personas.

La televisión, como medio de comunicación de interés público, forma un discurso que es adoptado por quienes miran la televisión, y cuando las ideas de la pantalla son aceptadas por las audiencias, se legitiman en lo popular.

Como ya expliqué con Paula Carvalho, la televisión es parte de la representación de un *aparato mental*, no bajo el reflejo de lo que se proyecta en su pantalla, sino a partir de los elementos que se retoman en una determinada cultura, donde se representan signos que vincula al televidente para lograr la comparación de su contexto.

Sin embargo, al ser un aparato ideológico, la televisión determina su selección o exclusión de elementos culturales que en ella se producen, con ello la representación televisiva que los productores y staff en concreto trabajan, le dan forma a tales guiones con una carga cultural importante.

Partiendo del concepto ideología, como una falsa representación de la realidad, esta es usada por compañías audiovisuales para darle sentido a cierta concepción de la realidad del espectador al momento de proporcionar cierta información como medio de comunicación.

En ese sentido, hay que recordar que la serie *El privilegio de mandar* no se transmitió en época electoral cuando Enrique Peña Nieto estaba como candidato a la presidencia de México en 2012, por lo que deduzco que la televisora tiene relaciones con el gobierno al tomar deliberadamente decisiones como la de no transmitir la serie y sin ninguna explicación para sus audiencias.

Para comprender esto, sirve decir que la idea de poder y de cómo esto forma parte de las relaciones entre actores diversos, lo cual permite llegar a la idea de Michel Foucault sobre microfísica del poder.

El estudio de esta microfísica supone que el poder que en ella se ejerce no se conciba como una propiedad, sino como una estrategia, que sus efectos de dominación no sean atribuidos a una "apropiación", sino a unas disposiciones, [...] (Foucault 1976: 33).

De ahí se deriva que el poder que se ejerce sobre los cuerpos se puede entender como una disposición resultado de las estrategias que responden a la jerarquía de quien posee la decisión de ejecutar esa disposición en algún cuerpo biológico. De esta manera se desarrollan también los aparatos ideológicos y como consecuencia el movimiento conductual de las masas.

Para el caso de la serie *El privilegio de mandar*, la disposición que hay en los espectadores y espectadoras para disponerse a ver el programa se explica con estas formas de poder, el objetivo se logra cuando se decide ver el programa y asumir la burla de ciertos personajes, resultado de este condicionamiento a través de este discurso asumido en la percepción de lo que te transmiten.

El poder que determina al aparato ideológico del Estado es su fuerza para reproducir ideas sociales como base de la formación de una cultura de la burla en torno a la escena política. En lugar de que exista una cultura política sería, ésta repleta de indiferencia cuando el poder coacciona la voluntad democrática a partir de la burla.

Gramsci con su concepto de hegemonía, permite mirar el proceso más que como reproducción cultural y entender el rol social de la televisión en el sentido de que produce los significados para darle sentido a la realidad.

En el artículo *Hegemonía, concepto clave para entender la política* de Mirta Giacaglia (2002), nos ofrece una lectura sobre esta teoría de Gramsci, ella dice:

Gramsci define la hegemonía como "dirección política, intelectual y moral". Cabe distinguir en esta definición dos aspectos: 1) el más propiamente político, que consiste en la capacidad que tiene una clase dominante de articular con sus intereses los de otros grupos, convirtiéndose así en el elemento rector de una voluntad colectiva, y 2) el aspecto de dirección intelectual y moral, que indica las condiciones ideológicas que deben ser cumplidas para que sea posible la constitución de dicha voluntad colectiva. Lo novedoso en la

concepción gramsciana de hegemonía es el papel que le otorga a la ideología (Giacaglia, 2002: 153).

Leonel Durán (1987) explica que la cultura dominante corresponde a un ámbito mestizo como cultura generalizada en el país, en esa cultura dominante se inserta el papel hegemónico del aparato ideológico, que se impone de arriba hacia abajo. Para la investigación que acá presento, esto lo podemos ver representado por los medios de comunicación como Televisa y sus relaciones entre cierta esfera del gobierno.

En ese sentido, se vale de los elementos culturales generalizados en el país para adaptar formas discursivas de las clases populares y después llenar de elementos de identificación en un guion de sketches con humor para dirigirlo a las masas, con ello se logre una enajenación en la cultura política del país.

Cabe destacar que cuando Orozco nos habla de ideología, lo hace desde los significados culturales, es por eso que entendemos que la carga ideológica de la serie está en las representaciones de los referentes culturales que son las y los políticos y sus personalidades ahí recreadas.

Personajes representantes de la clase popular como Doña Margara la quesadillera o el Indio Brayan (el híbrido indígena mestizo urbanizado), hacen parte de una idea que se tiene de los sujetos y representan una burla entre clases sociales, lo que implica una condición de raza que hay que ver desde la idea colonial.

Los significados dominantes en la cultura, dice Orozco, dan paso a los procesos de culturación, es decir se les dota de significado cultural a un conjunto de individuos por medio de acciones creativas, todo este proceso no es ilimitado, dice, “porque las posibilidades para una actividad creativa de los sujetos en la producción de su cultura, (es una) actividad que tiene límites marcados por ella misma, especialmente por los significados dominantes en ella” (Orozco, 1994: 26).

Los límites son las burdas representaciones de los personajes, elementos fáciles de identificar para los televidentes, porque son elementos significantes en la

cultura como el puesto de quesadillas de doña Margara o el zarape de jerga del indio Brayan.

Luego da paso a nombrar a la televisión como Institución cultural y concluye que para la reproducción cultural: “la Televisión {...} reproduce patrones y significados culturales a través de la creación de nuevos significados que participan de las determinaciones dominantes” (Orozco, 1994: 27).

Es así que se comprende como televisión institución cultural porque una institución es una organización de intereses públicos, que permite un proceso de culturación entre el espectador y lo que se mira en su programación, y donde reconoce todos esos elementos dominantes de su cultura.

“Instituciones culturales significantes del acontecer social, a la vez como participantes de las determinaciones ideológicas dominantes” (1994: 27), así es como llama Orozco a los distintos medios de comunicación y en especial a la televisión.

“Encodificación es el proceso por el cual se atribuye significado al acontecer social (...) dentro del contexto de los significados aceptados en una cultura y determinados por la ideología dominante” (Orozco, 1994: 29), como burlarse del Indio Brayan, porque tanto su vestimenta como las actitudes y su diálogo son elementos que conforman la encodificación y es lo que el televidente reconoce.

La televisión y la producción de significados es una práctica que se da con la relación entre la televisión y la cultura de los receptores al momento de ver contenido televisivo.

Hay que tomar en cuenta que Orozco comprende el concepto de socialización “adquisición de patrones culturales para significar la realidad y dar sentido a la propia actuación y al acontecer social” (Orozco, 1994: 53). Entonces “la relación específica que los receptores entablan con los significados construidos y propuestos por la televisión” (Orozco, 1994: 53), es lo que produce un intercambio de pensamientos. Al identificar esos elementos correspondientes a un contexto

social determinado esto será fácil para el espectador reconocerlos y burlarse o reírse.

La intencionalidad de estos contenidos es “una resultante de condicionamientos culturales y estructurales de clase y sexo del sujeto, así como de otras condiciones situacionales y geopolíticas” (Orozco, 1994: 54).

La primera institución del ser humano es la familia, su primer círculo de convivencia social donde se fomenta el uso de la televisión. Giovanni Sartori en su libro del *Homo videns*, donde tiene un capítulo sobre *El video niño*, expone que los niños que crecen su infancia viendo televisión, aprenden primero a ver que, a leer, lo que produce que los niños están acostumbrados primero a ver imágenes que a comprender conceptos.

Por otro lado, Orozco menciona la vinculación que existe entre las instituciones educativas con la familia o la escuela, una retroalimentación en cuanto a los significados para dar sentido a la realidad, vínculos que la televisión rebasa una vez que se mira una programación.

Esto sucede cuando el niño en su aprendizaje de socialización adquiere actitudes contrarias a las que dicta cada una de las instituciones donde se forma, ya sea en la familia o la escuela, con ello el niño adquiere otras actitudes mirando la televisión transformando y coexistiendo en sus círculos sociales.

Las negociaciones de los niños con las instituciones adquieren ciertas actitudes como parte de los significados comunicativos que delimitan su subjetividad, es como adquirir una personalidad propia, pero sin querer aceptar que son actitudes inducidas principalmente por los contenidos televisivos.

Muchas veces son actitudes que van en contra de lo que quieren plantear otras instituciones como la escuela o la familia e incidir en las formas de actuar en el ámbito social.

Este proceso se da porque quienes están dentro de narrativas audiovisuales son personajes y al mirarlos el niño o adulto se identifican con alguna característica de algún personaje y que de esta manera comparan su personalidad en la vida real con la del personaje o situación plasmada en pantalla.

Orozco nos habla de un repertorio de significados, menciona que mientras el receptor tenga más referencias de experiencias vividas será más fácil contraponerse a los significados hegemónicos que se nos presentan en televisión y claro, en el supuesto caso de que los televidentes sean conscientes de los mensajes que miran en pantalla. Dichos mensajes condensan todo el contenido cultural identificable en las situaciones de los personajes, tanto en su actitud como vestimenta y diálogos.

Al final, todos estos elementos conforman la identidad subjetiva de las personas que consumen entretenimiento audiovisual, haciendo característica la imaginación de quien mira los criterios e información que dialoga en la subjetividad del expectante.

I. DEL HUMOR AL DIÁLOGO

“El conocimiento de los géneros lleva básicamente a la cosmovisión de un mundo, o sea a la intención del dramaturgo en cuanto lo que ha querido decir en el drama y la función que el mismo debe cumplir en el espectador.”

(Arturo Orozco Torre citado por Rivera. 2004: 18-20.)

Para Aristóteles, el drama es acción y por tanto toda acción que realiza un sujeto es una manifestación dramática. Para Virgilio Ariel Rivera (2004) el drama entendido como la escenificación de situaciones teatrales, opera como

identificación del espectador con el escenario, los personajes y los actos. Esta identificación a partir de los siete géneros que menciona Ariel Rivera nos explica que existen siete debido a las necesidades existenciales del ser humano.

El espectador que mira el drama se observa ejemplificado a sí mismo, ahí se plantea lo que debiera ser bueno o malo en relación al curso dramático de la obra, de esta manera se mantiene el interés provocando emociones y efectos en el funcionamiento ideológico de quien mire el conflicto que hay entre el protagonista y el antagonista.

Ariel Rivera (2004) explica que el protagonista representa la individualidad humana, en cambio, el antagonista representa el medio social circundante. Debido a esta relación de significados, quien mira la pantalla se identifica con el conflicto del protagonista de alguna manera o en su totalidad.

Todo lo que se mira representado en la pantalla retoma de manera superflua las formas del arte dramático, debido a esta forma superficial que la televisora tiene para hacer sus producciones, el valor artístico es nulo en el sentido académico en tanto se genera como un producto masificado con falta de profundidad teórica y conceptual. Aun así, ésta entretiene a las audiencias y conmueve sus emociones.

La relación que existe entre la escenificación teatral del drama y la vida real del ser humano se da porque está ligada a conductas que han perdurado por milenios a través de la vida en sociedad, y la necesidad del individuo a convivir con ella.

Cada género dramático se alimenta de situaciones experimentadas en la vida de cada ser humano, al sucumbir este ante sus necesidades en la vida se adapta con su entorno para tratar de sobrellevar o satisfacer esas necesidades.

Dentro de la lógica en el drama, explicada por Virgilio, las experiencias humanas se destacan dentro de la teoría dramática, las 7 necesidades individuales y sociomorales que llevan a dar forma al carácter de cada uno de los siete géneros son:

Elevar el espíritu, mantenerse integrado a otros (vivir en sociedad), autoafirmarse (conocerse a sí mismo), reafirmarse ante los demás y ante sí mismo, sobresalir de los demás y de sí mismo, sobrellevar su vida y la de los demás, encontrar y dar sentido pleno a la existencia (Rivera. 2004: 35).

Estas siete necesidades están ligadas a los siete géneros dramáticos: la tragedia, la comedia, la pieza, la obra didáctica, la tragicomedia, el melodrama y la farsa.

La farsa es el género que me interesa dar a conocer, pues del conocimiento de sus elementos pueden verse reflejado en la serie *El privilegio de mandar*.

La experiencia de la vida acumulada a través de los milenios de la que nos habla Virgilio, se muestra que los modelos de enseñanza a partir de los géneros dramáticos representan una situación de carácter moral ante el protagonista, haciendo evidentes los problemas que conducen al antagonista poniendo en evidencia que ello tendrá consecuencias ya sean buenas o malas.

Estas situaciones serán juzgadas por la experiencia y los mecanismos sociomorales de los espectadores.

La realidad social circundante, de la cual se acumula la experiencia, a partir del género de la farsa interactúan los mecanismos sociomorales dentro del género dramático, Ariel Rivera puntualiza, “La farsa (7): Una realidad desnuda bajo toda realidad aparente, que siempre es gratificante conocer (el hombre es mucho más de lo que muestran las simples apariencias)” (Rivera. V., 2004: 37).

La toma de conciencia que se busca a partir de la conducta humana en el drama, se ejemplifica de diferentes maneras y bajo distintos propósitos: Virgilio Ariel Rivera nos enumera distintos órdenes morales de los géneros “1.- orden espiritual (en la tragedia), 2.- orden individual (en la pieza y el melodrama) u 3.- orden social (en cualquiera de los otros géneros)” (Rivera. V., 2004: 42).

Otro de los géneros a los que se refiere Virgilio es la farsa, que pertenece al orden moral social, esto es lo que considero le dio el éxito a la serie *El privilegio de*

mandar, porque su justificación se basa en una problemática social dentro de la cultura política de México.

Virgilio introduce el tema del drama como disciplina de estudio en sí misma, en la cual se fundan todas las funciones del teatro. Por principio, hay que tomar en cuenta que nosotros como personas estamos constituidos por experiencias de vida, éstas nos dotan del conocimiento empírico necesario para practicar las decisiones culturales de la vida. Este conocimiento es individual y a la vez universal, porque cada ser humano vive su experiencia, experimenta su vida a partir de un proceso común junto a toda la humanidad.

Todos, dentro de su individualidad, coexisten con el entorno, interactúan; Dice la RAE inter entre, en medio o entre varios; actuar viene de acción, es decir, las acciones entre varios seres humanos adquieren un ejercicio mecánico del que son parte como acción sobre sí mismos y sobre los demás, ello apela a la estimulación sensorial, el razonamiento y las emociones.

Todos los seres humanos somos sociales, en casos muy extremos encontramos algún ermitaño, exiliados, que permanecen a solas durante toda su vida, alejados de todo conocimiento globalizado y socializado como los es casi todo en nuestros días, aun así, dependen de ciertas formas sociales para coexistir.

En párrafos anteriores, menciono que las 7 necesidades sociales del ser humano hacen parte de un cúmulo de experiencias de diversos tipos, con ellas se genera conocimiento ante las cosas, situaciones, relaciones, etcétera. Este conocimiento acumulado es utilizado cada vez que se necesite tomar una decisión en la vida diaria, se tiene cierto conocimiento previo para actuar ante los demás, algo que Sancho Panza diría “a donde fueres, haz lo que vieres”.

También se puede argumentar con Herskovits un sentido más antropológico del significado de cultura, de ésta se derivan componentes biológicos, ambientales, lógicos e históricos en la existencia humana. La cultura como un aprendizaje que nos ayuda a interactuar bajo los códigos específicos. Todo esto lo llamo

conocimiento humano y todo ese conocimiento se pone en interacción con la mente y las emociones del ser humano. Así como las experiencias obtienen una reacción en la vida cotidiana, lo mismo pasa con la experiencia frente al teatro, frente al drama.

Virgilio ejemplifica ese conocimiento imaginando una línea horizontal; dice, por debajo de esa línea está nuestro conocimiento que ya ha sido alimentado por diversas experiencias de vida, por encima de esa línea se forma una gráfica que hace referencia a la nueva experiencia a partir de una nueva situación que se experimenta, ya sea como ejemplo de una experiencia de vida o una experiencia propuesta por el teatro, el cine, o la televisión.¹³

Figura 1: Diagrama del conocimiento personal confrontando al ofrecido por el drama



Experiencias del drama televisivo representadas por la curva. Fuente: Elaboración propia.

Como humanos nos enfrentamos siempre a nuevas experiencias, desde nuestro conocimiento miramos una puesta en escena como espectadores, ya sea en una película o capítulo de alguna serie de televisión. Esa experiencia nueva cumple con ciertas características que el drama ha recogido, según la historia propuesta, se plantea una situación ya sea con un conflicto del protagonista frente a su

¹³ Se propone el siguiente diagrama de elaboración propia, síntesis hecha tomando como referencia los diagramas de Virgilio Ariel Rivera en *La composición dramática: estructura y cánones de los siete géneros*, (2004). Escenología AC.

antagonista hasta llegar al momento más alto, llamado clímax, para luego descender hacia la reflexión.

En la experiencia de la vida hay que tomar decisiones, lo que Virgilio denomina funciones socio-morales, estas funciones se dan mediante el manejo de los valores, puesto que se basan en principios morales y éticos que rigen la conducta entre las personas. Es ahí donde el drama afecta las emociones del espectador, esas mismas emociones que se afectan en la vida cotidiana en situaciones reales.

Esto produce que el espectador reflexione acerca del conflicto moral o ético que le propone la obra, haciendo que los televidentes contrasten el conocimiento adquirido en su vida cotidiana, con la situación propuesta por el teatro; la puesta en escena causa un cuestionamiento interno.

Hay que recordar que la obra de teatro aborda un tema, y en ese tema el protagonista pasa distintos conflictos entre él y sus antagonistas, los espectadores dan cuenta que es un valor de la sociedad plasmado implícitamente en la obra mediante contextos, diálogos y acciones de los personajes.

Es así que se genera una polémica interna a partir de las situaciones expuestas en la obra, las cuales invitan a pensar entre qué es lo bueno y qué es lo malo, entre lo que está bien o lo que está mal, entre lo prohibido y lo permitido. “Toda obra dramática contiene un tema y una contraposición de valores”, dice Virgilio.

La contraposición de valores se sobrepone en la reflexión a partir de nuestro propio conocimiento y nuestras propias experiencias; se evalúan las conductas de los personajes, se hace o no empatía con cada personaje y ello deriva en un juicio de decisión para decir qué es correcto o no. Esto afecta ciertas decisiones y el estado emocional.

Tal situación recrea ciertas conductas como la forma de convivir con otras personas. Es importante recordar que el personaje principal es la representación de la individualidad y que el antagonista es la representación del medio

circundante, analógicamente seríamos nosotros los protagonistas y los antagonistas son nuestro medio circundante.

El concepto de persona, según la RAE, viene del latín *persona*, que significa: máscara de actor, personaje teatral, personalidad, persona.¹⁴ Los seres humanos dotados de una identidad, son personas, ciudadanos, actores de una comedia, de una farsa, o una tragedia, las personas son el motivo de las convivencias cara a cara; el lugar es el escenario, así como el tiempo en la vida real, pero a diferencia de la vida real, el escenario del teatro está distanciado del espectador.

El distanciamiento es una técnica de la teoría dramática que se da entre cada fase de intensidad en las escenas; “el distanciamiento es un recurso técnico que maneja el drama con objeto de interrumpir por momentos, la emoción del espectador y dar lugar a la reflexión” (Rivera, V., 2004: 58), así mismo la distancia entre el espectador y el escenario, también funciona como distanciamiento. Ese distanciamiento nos sirve para ver, para juzgar, para emocionarse y por último, reflexionar sin comprometerse, lo que es entretenido para las y los espectadores.

En el drama audiovisual funciona de la misma manera, por ejemplo, una persona escoge libremente siendo adulto, con trabajo, con casa o departamento y dinero, haciendo uso de su libertad, además suponiendo que su economía le permite comprar un televisor, hace lo necesario para instalarlo y lo hace con el propósito de ver programación televisiva.

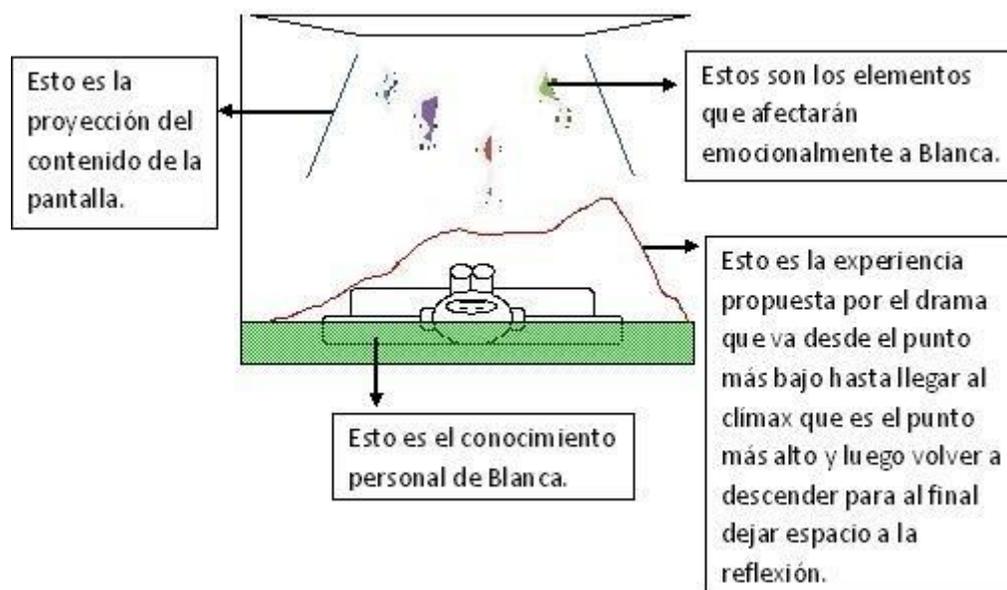
La persona, supongamos que se llama Blanca, sujeta a un discurso de identidad, avanza con el control remoto a los canales que ha recibido por señal abierta. Blanca es libre de escoger qué canal visualizar en su televisión y el programa que le gusta, así como rechazar los contenidos que no le interesen; sabemos que compró la televisión con un motivo, entretenerse, relajarse o pasar el tiempo descansando después del trabajo, porque además creció con la tradición familiar cultural de mirar la televisión para llegar a descansar e informarse.

¹⁴ Real Academia Española, Diccionario de la lengua española (2019), en: <https://dle.rae.es/?id=SjUIL8Z>, consultado el 20 de Julio de 2019.

Finalmente mira una novela, los deportes, programas de espectáculo o de ciencia, finalmente encuentra una película; se dispone a mirarla, entonces observa el contenido de la pantalla y le atrapa el drama de la película, analizando las situaciones que a cada uno de los personajes le sucede, decide que algunos personajes le caen mal, otros le agradan más y quizá se identifique con algún personaje.

Ahora, Blanca ha sido afectada emocionalmente por el drama televisivo, ha mirado a cada uno de los personajes, los ha juzgado desde su perspectiva moral. A Blanca le interesa la historia de la película por algo, quiere resolver alguna duda y se ha comparado con la heroína o villana de la película; ya atrapada por la historia de la película se encuentra pensando, y una vez afectada de sus emociones visualiza una nueva experiencia, en este caso, la experiencia propuesta por el drama de la película.

Figura 2: Diagrama del contenido en pantalla



La persona sentada, recibe estímulos culturales probando su moralidad. Fuente: Elaboración propia.

Así como observamos en el diagrama de arriba, el espacio que hay entre la televisión y el asiento donde se encuentra Blanca, también funciona como distanciamiento propuesto por la teoría dramática, ya que de esta manera observa las acciones de los personajes en un lugar cómodo, sin compromiso, así al ritmo del drama se marcan las pautas para la emoción, el reposo y la reflexión.

Ese ritmo es marcado con las escenas, diálogos y acciones de los personajes que navegan a través de las acciones, a lo largo de la curva de la experiencia propuesta por el drama de menor a mayor intensidad, en intervalos ascendentes y descendentes, a partir de un orden-desorden-orden como lo plantea Virgilio.

Es así que frente a la pantalla sucede el fenómeno de la conversación fragmentada, el intercambio cultural que se da entre la película y la experiencia de vida de Blanca, la producción de significados culturales y su reproducción en el diálogo interno que tendrá consigo misma.

Las ondas de las frecuencias emitidas por las antenas cruzan el espacio público a través del aire y son recibidas por la televisión entrando así al espacio privado. Entra a la casa de Blanca, a su televisión, a su mente y a su subconsciente, este actuará como filtro en situaciones donde sea necesario utilizar su experiencia de vida, ahí el subconsciente le dará información para saber cómo actuar ante una situación cultural y de interacción humana.

En tanto Blanca ha adquirido una nueva experiencia por medio del contenido audiovisual (dramático), eso le aporta nuevos conocimientos sobre sí misma y el entorno que contextualiza su día a día. La mente de Blanca ha estado sumergida en la experiencia narrativa del lenguaje cinematográfico que también es usado para hacer los programas de televisión. Ella podrá ver elementos básicos del lenguaje cinematográfico como el primer plano, plano medio, plano detalle, etc, pero que quizá desconozca, si los conociera servirían como base para poder analizar las imágenes que propone el material audiovisual desde otra conciencia.

El lenguaje cinematográfico es el elemento técnico para el recorte hecho con la cámara de los personajes y objetos, estos saldrán a cuadro; el plano medio corta a la persona a partir de la cintura hasta su cabeza y deja un espacio entre la cabeza y el límite de la imagen; el punto de referencia se relaciona con la fotografía, ésta recorta visualmente el cuerpo y es la referencia en la que se basan dichas medidas; los planos objetivos son todos los que vemos con las acciones de los personajes, como si estuviéramos presentes en la escena pero siendo invisibles; el plano subjetivo es el que nos muestra a uno de los personajes e involucra al espectador como si estos fueran el personaje que mira.

Con este plano, nos asimilamos a nosotros mismos dentro de la historia, interiorizando así el efecto producido por las acciones de los personajes, compartiendo la misma intimidad, para luego volver a los planos objetivos y tomar nuevamente el rol voyeurista, él que mira sin ser visto. Para el final de la película, se sienten emociones; las acciones de los personajes habrán dado lugar para la reflexión.

Pero, ¿cómo es posible la reflexión?: como en un espejo, el individuo como espectador se refleja ante sí mismo y es o no empático con la trama ofrecida por el audiovisual; mira sus reflejos emocionales en retrospectiva, en la imaginación y piensa detenidamente para juzgar lo que le pareció el material audiovisual que haya visto y lo juzga a partir de su construcción ética o moral.

¿Cómo refleja sus emociones el espectador?: a partir de los mecanismos que hace trabajar el juicio de las personas a partir de los valores socio-morales que expone el drama, dice Virgilio Ariel Rivera (2004):

Valores absolutos, con los que el hombre define a Dios: vida, verdad, amor, justicia, espíritu, [...] conciencia individual y relación consanguínea. Valores sociales, [...] que pueden cambiar de sociedad en sociedad, [y pueden ser]: el bien, la paz, la libertad, el honor, la ley, la educación, el heroísmo, la moda, la salud, el talento, la sabiduría, la belleza, entre otros. Valores personales, [...] todos los que el lenguaje llama defectos, cualidades, virtudes, capacidades o incapacidades, que socialmente son aplicadas a un solo individuo y que, las más de las veces, se refieren sólo a estados emocionales

que se repiten con frecuencia, exaltando solo una fase de la personalidad. Ellos son: los celos, la ternura, la envidia, la duda, la sospecha, el temor, la frustración, etcétera (Rivera, 2004: 62-63).

Esa lista de valores es común para las personas en la sociedad, principalmente en las familias, pues ciertos valores no son ajenos a los que culturalmente ha sido sostenido por la sociedad humana.

Para comprender la serie que analizo en este trabajo, *El privilegio de mandar*, vemos cómo la serie se lanza al aire para proponerse como una sátira del escenario político del país, contextualiza las elecciones a la presidencia de México en el 2018, y por medio del humor, los mecanismos socio-morales de Televisa buscan recrear el ánimo de las audiencias con elementos culturales.

En el marco de la política mexicana, basado en un modelo democrático donde se busca la libre expresión y decisión sobre los candidatos a elegir, la información que la gente adquiere sobre los candidatos es a través de los medios de comunicación. La representación burlesca de los personajes en la serie genera un diálogo implícito entre las acciones y diálogos de los personajes y el espectador. Quien mira el contenido de la serie tratará de hacer visibles las formas del discurso con que se identifica a los actores políticos satirizados en la serie.

Lo anterior corresponde a lo que llamo conversación fragmentada Postman (2001), reconociendo las formas del discurso, estas funcionarán como datos para una reflexión posterior, la cual se irá dando mientras se mira la serie. Esto es importante porque en el momento de las campañas electorales, los recursos mediáticos expuestos en reportajes y noticias, serán parte de la esencia electoral mediática, la cual dará cierta tendencia a la conciencia colectiva. De esta manera, las dinámicas así determinadas, movilizan a las masas insertando ideas para hacer tendencia a un voto.

En ese sentido, la televisión ya no funciona como una mera tecnología sino como una herramienta de influencia mediática, que, aunque sigue siendo un medio de comunicación de masas, hace de la interacción social que se posiciona como un medio para informarse-entretenerse.

I. GÉNERO DRAMÁTICO: LA FARSA COMO SECUELA DE LA REALIDAD

Farsa

Género simple o complejo

(Dependiendo del subgénero en que se maneja)

Parte de la necesidad: de encontrarle un sentido pleno a la existencia.

Reconoce: una realidad desnuda bajo toda realidad aparente.

Asume: una enorme carga de energía en la psique humana.

Sentido: múltiples de acuerdo al género que conlleva.

Función artística: liberar fantasías y represiones en el público espectador.

Protagonista: de múltiples órdenes de acuerdo al género subyacente; por lo general fantástico.

Esquemas básicos:

1. Desanudar la realidad aparente.

2. Revestir la realidad aparente.

Conflicto: de múltiples órdenes de acuerdo al género subyacente.

Maneja emociones: exaltadas, reprimidas, violentas o sublimes.

Otros personajes: siempre intensos como el protagonista.

Tono: exaltado, exagerado, fantástico, enfermizo.

Sucesos: al máximo nivel que la trayectoria del protagonista.

Toma de conciencia: (en el espectador) saludable, liberadora.

Final: de múltiples órdenes de acuerdo al género subyacente.

El espectador se identifica: con el protagonista (por lo regular como el villano que él conlleva en secreto).

[...]

(Rivera, 2004: 215)

Son siete los géneros del drama, el séptimo es el género fársico y como ya he explicado, este texto tomará este elemento conceptual para generar un mecanismo de crítica hacia la unidad de análisis en la serie *El privilegio de mandar*.

También se puede imaginar la relación que se ha hecho explícita entre los géneros dramáticos y su uso como punto de partida para el análisis en obras de tipos distintos que usa el cine o la televisión; la técnica del drama teatral se ha trasladado al ámbito audiovisual de nuestros días.

El uso de las telecomunicaciones ha generado una referencia de la realidad social, esas nuevas dinámicas aportan en sí mismas mecanismos dramáticos para

subjetivar al individuo y así, entender la realidad del entorno en donde vive, comunicado, con celular, con televisión o con internet.

La sociedad de clase media o media baja en México, tienen probablemente acceso a televisión en su casa, quienes ven programas de entretenimiento se insertan en las dinámicas de la cultura de masas, informándose a partir de la televisión donde se enteran de los acontecimientos que afectan a su entorno y sociedad.

La cultura de masas es el resultado de cómo un medio de comunicación toma elementos de la cultura popular y los redirige a ella a partir de una adaptación, alteración o exageración de dichos elementos, deformando así los referentes populares a los que se está aludiendo.

En las dinámicas culturales ocurre la interacción de los personajes de la trama con las acciones, actitudes o expresiones que realizan; las copia y las comparte a las y los televidentes lo que permite que estos las lleguen a usar en interacciones reales.

Televisa entiende muy bien tales dinámicas, donde el entretenimiento a su audiencia logra generar nuevas dinámicas que permiten capitalizar su contenido por medio de internet o sus plataformas de *streaming*¹⁵ como Blim -competencia de Netflix-.

Dentro de las distintas formas culturales de entretenimiento se acostumbran ir al cine a consumir cultura de masas o se mira la televisión, seguramente se entenderá la referencia de la película mexicana *La dictadura perfecta*, considero que esta producción ¿fue acaso una burla mediática?, puesto que es una película que, dentro de los siete géneros dramáticos, esta se puede analizar como parte del género fársico.

¹⁵ Transmisión por internet.

Los dos esquemas bajo los cuales funciona el género fársico según Rivera (2004) son “desnudar la realidad para encontrarle sustancialidad. Revestir la realidad con el fin de ponerla ideal” (Rivera, 2004: 221).

El esquema de *desnudar la realidad*, éste se usa para criticar y así es como funciona, porque la película se puede analizar desde el punto de vista dramático de la farsa que retoma a los personajes como una referencia en la vida real, como un supuesto presidente de la república con nexos de poder entre el gobierno y el poder mediático a partir de un supuesto corporativo televisivo, esta idea está presente en la trama de la película mencionada.

Puedo decir que esto es una crítica, sin embargo, no deja de mostrar una realidad que ofende. En el caso de la película o incluso de la serie, esta ofensa ocurre cuando las grandes productoras de cultura de masas -como Televisa- generan contenidos televisivos para las audiencias ávidas de entretenimiento.

Los sectores que acceden a una televisión son a los que afecta la conversación fragmentada, esa que existe entre el televisor y el televidente. Esa parte de la sociedad es afectada en su percepción de la vida diaria una vez que se pone en contacto con la televisión que usa para enterarse.

Para no perder la línea, la película de *La dictadura perfecta* es una farsa de desnudamiento, porque como ya mencioné, crítica la realidad social haciendo que se establezca una comparación entre la película y su realidad circundante. En ese sentido, la película sugiere que el sector político tiene relaciones de poder entre el gobierno y los medios de comunicación.

Ello se demuestra a partir de las decisiones que se toman en el plano de lo político, luego se compara lo que se muestra en el medio ya sea en burla o en tono serio, luego entonces, ello se demuestra cómo muchos de los escándalos sociales o políticos terminan siendo *show bussines*, como si la verdadera realidad política del país se convirtiera en *puro teatro*.

Esa es la razón que motiva este trabajo, el cómo los asuntos de la realidad social de México, como la política, llegan a la sociedad por medio de las telecomunicaciones, estas sirven como soporte de quienes informan a las sociedades y lo hacen a partir de generar la base discursiva de la realidad.

En el contexto de la política mexicana, es sumamente importante mantenerse al tanto¹⁶ de lo que dicen los políticos ante los medios, las decisiones que toman sobre las reformas o si hacen algún desfiguro, esto último seguramente será parte del contenido de las noticias llamada *Las mangas del chaleco*. Esta sección del noticiero nocturno de televisa se transmitía todos los viernes al aire desde el año 2000, esa sección que se usó por mucho tiempo para exponer tales ridículos de los políticos, burlándose del contexto más allá de generar crítica o conciencia.¹⁷

Le sumo a ello la alta audiencia que desde 1973¹⁸ existe en esta empresa Televisa (Televisión vía satélite)¹⁹, y que antes de la llegada del internet era la televisora más vista.

México se ha mantenido informado con esta televisora, en ella todavía existe el recuerdo de antaño del conductor de noticias Jacobo Zabludovsky, recordar la canción del grupo musical mexicano Molotov “*Que no te haga bobo Jacobo*”, puedo hacer alusión a esa manipulación de la información noticiosa, donde se

¹⁶ Expresión coloquial usada en el centro de la república para referirse a seguirse informado con las noticias o algo importante. Retomando esta expresión desde el concepto *formas del discurso* al que se refiere Postman (2001).

¹⁷ Perfil de Noticieros Televisa en: <https://noticieros.televisa.com/programas/las-mangas-del-chaleco/>, consultado el 21 de Julio de 2019.

¹⁸ Fernando Mejía Barquera, quien en el libro titulado *Televisa el quinto poder* escribe el primer capítulo que lleva por nombre: *50 años de televisión comercial en México / (1934 - 1984) / cronología*; llegado al año 1972 – 1973 dice: “En diciembre de 1972 se lleva a cabo la fusión de Telesistema mexicano y Televisión independiente de México en una sola entidad encargada de administrar los recursos de que disponían ambas empresas: Televisión vía satélite, S.A (Televisa). Al igual que Telesistema mexicano, Televisa no es empresa concesionaria. Las concesiones de los canales 2, 4, 5 y 8 siguen siendo propiedad de las empresas que los obtuvieron originalmente: Televimex, Televisión de México, Televisión Gonzáles Camarena y Fomento de Televisión Nacional, respectivamente. Televisa empieza a operar formalmente el 8 de enero de 1973.” (Mejía. F, 1991: 34).

¹⁹ Televisa, perfil, en: <https://www.televisa.com/corporativo/quienes-somos/historia/>, consultado el 25 de Julio de 2019.

deforman la realidad que se difunden en una empresa de apariencia socialmente responsable.

Televisa es una empresa reconocida por tener relaciones con el gobierno y en lugar de ser socialmente responsable, está se dedica a satisfacer las necesidades de entretenimiento de sus audiencias, sin embargo, una crítica que hago es que negocian con el periodismo, lo que considero éticamente incorrecto pues bajo ese influjo se decide qué información sale al aire y cuál no, en ese sentido tales decisiones afectan la percepción social de las y los televidentes.

Hasta este punto de lo propuesto hay que seguir teniendo en cuenta que antes de la llegada del internet el noticiario de Jacobo Zablu dovsky era muy visto y quizá en algún momento tuvo gran influencia sobre sus audiencias. La televisión mexicana tiene amplio contenido noticiario y se le suma una gran trayectoria de telenovelas que han servido para satisfacer las necesidades de entretenimiento melodramático de sus audiencias.

Las generaciones han heredado de sus familias valores, aquellos jóvenes que ya son padres y deciden comprar una televisión para cubrir sus necesidades de entretenimiento es parte de estas herencias de las audiencias televisivas, en este mundo globalizado, la industria cultural ha creado diversas estrategias para generar necesidades de entretenimiento. Hoy día, esas necesidades de entretenimiento se satisfacen con ir a los cines, conciertos, encuentros deportivos, el ver películas en casa, escuchar música, eso a lo que Virgilio Ariel Rivera (2004) menciona como la diversión no comprometida, como ejemplo, ver la televisión.

Rivera menciona también que cuando se es bebé, nuestra primera experiencia con la vida es entretenida porque no estamos sujetos a los compromisos y cuando crecemos nos vamos comprometiendo con ciertas responsabilidades como el trabajo, lo cual nos lleva a buscar novedades y alternativas de diversión donde desahogemos las emociones acumuladas por el trabajo; generaciones que fueron educadas desde pequeños a mirar la televisión, a consumir los *mass*

media, a su vez educadas a hacer lo mismo, a mirar programas de televisión porque al final de cuentas es cómodo, entretenido y divertido.

Todas las generaciones que hayan decidido consumir contenidos audiovisuales en Televisa, desde los noticieros hasta las telenovelas, darán cuenta de cómo las trivialidades han dado un salto importante en la opinión pública. El ejemplo del que puedo hablar es la popularidad de la telenovela *Destilando amor*, de ella salió el personaje de “*la gaviota*” personificada por Angélica Rivera, esta mujer que terminaría siendo la segunda esposa del presidente Enrique Peña Nieto (2012-2018).

Cuando hablo de que los sucesos políticos terminan siendo *show bussines*, me refiero a estos sucesos donde lo personal se vuelve público y un espectáculo cuando se atraviesan esas líneas. Mirar el video de este pie de página²⁰ nos puede ayudar a hacer esta reflexión; donde a partir del minuto 6:57 Jorge Ramos, periodista de Univisión y conocido por polémico, le pregunta a Enrique Peña Nieto las causas de la muerte de su primera esposa Mónica Pretelini.

Durante la época de 2009²¹ los sucesos de la vida de este político causaron revuelo. El video que refiero causó curiosidad en internet porque Jorge Ramos le hace comentarios sobre sus fotos en revistas de espectáculos como TvNotas, se puede decir que el discurso público y de contexto político se ve mezclado con la farándula del espectáculo, donde la noticia que surge de una revista de espectáculos determina una situación de la relación matrimonial con un inmediato encuentro sentimental con la actriz Angélica Rivera; en este ejemplo se ve que se pasa de un discurso público al *show bussines*.

Con Postman (2001) el noticiario se ve como un vodevil, o sea, como un teatro de variedades. La audiencia de Televisa ha aprendido a ver diversidad incontable de audiovisuales que estas adoptan una cultura melodramática que se proyecta en la

²⁰ Perfil de YouTube en: <https://www.youtube.com/watch?v=7TsNtRwp0Us&t=223s>, consultado el 26 de Julio del 2019.

²¹ Perfil quinto poder en: <https://quinto-poder.mx/politicos/delbauldelosrecuerdos-dia-pena-suppo-explicar-murio-esposa/>, consultado el 26 de Julio del 2019.

realidad. Estos recursos culturales, aprendidos por medio del audiovisual, hacen comprender el mundo, razonarlo e imaginarlo de manera melodramática.

Hay que entender que las personas, en este caso los políticos, una vez que son tomados a cuadro se vuelven personajes de una narrativa visual desde una conceptualización cinematográfica y con relevancia melodramática.

Entonces, después de que se ha producido una película como *La dictadura perfecta*, la farsa desnuda una realidad social que abre una herida a la nación bajo una crítica que produce ironía en los contextos donde se plantea. La crítica que hacen de México es compleja porque, aunque se proponen escenarios burlescos, pareciera que la realidad es un melodrama, una ficción, una simulación impuesta por las élites y los intereses económicos de quienes están al mando de toda esta maquinaria ideológica.²²

La audiencia que se adscribe a las condiciones de este melodrama y asuma esa como una verdadera realidad, estará haciendo uso de su imaginación mediática, donde se forma su conciencia social a partir de la referencia del mundo de la televisión. En ese sentido me pregunto ¿la realidad es una farsa?

Ariel Virgilio Rivera explica la proposición y función de la Farsa como una manera de “mostrar otra realidad (descubrir, confesar, revelar, desnudar, revestir, denunciar, estudiar, inventar, explorar, fantasear, embellecer)” (Rivera, 2004: 38).

A través del uso del género dramático de la farsa, que tiene como función dramática motivar al espectador a cuestionarse cosas sobre sí mismo y acerca de su medio social entenderemos que:

²² En las cronologías de Fernando Mejía Barquera que vienen en el libro “*Televisa el quinto poder*” (1991), vienen distintos comentarios, no sólo en ese capítulo, sino en todo el libro, pero a la intención de comentario cabe destacar este que viene en la página 23 del libro y que dice: EL GOBIERNO DEJÓ LOS MEDIOS Al iniciarse la expansión de los medios de difusión electrónicos, diríase que México no tenía aún conciencia de su significado político. Si bien cabía el antecedente del régimen del presidente Lázaro Cárdenas, que intentó multiplicar la participación estatal en la radiodifusión, al autorizar el desarrollo de la televisión comercial el gobierno mexicano dejó en manos privadas el vehículo más importante de comunicación social. Esta decisión se agrava al comprobarse que los modelos que imita la televisión comercial acentúan la colonización ideológica y el deterioro de la conciencia nacional (Jorge A. Losoya, en Nueva Política, vol. 1 núm. 3, julio-septiembre de 1976).

Raíces. - El ser humano, cuya existencia se hace casi solamente posible dentro de una sociedad, está supeditado a las normas que ésta le implica. Toda sociedad representa una cultura y toda cultura representa una moral, reglas, formas, tradiciones, costumbres, métodos comprobados que hacen más posible y segura esa existencia en colectividad. El hombre individual está siempre limitado en sus impulsos primarios e instintivos por las restricciones y prohibiciones que la sociedad le impone. Sus capacidades de todos los órdenes viven y mueren en gran parte refrenadas en aras del mayor de los instintos que priva en él: el instinto de conservación que lo obliga a vivir en colectividad (Rivera, 2004: 217).

Mediante ese instinto de supervivencia y necesidad de vivir en colectividad, el ser humano contemporáneo se ha hecho una idea limitada de su libertad creativa y conciencia que detiene su desarrollo, o como en muchos de los casos, se reprime y vive acorde a las normas que dicta la sociedad, deja de satisfacer su existencia, pero coexistiendo por necesidad.

Esa necesidad de vivir en colectividad se ha manifestado en el ser humano con el menester de estar conectado a los medios de comunicación de masas. De esa necesidad privativa del ser en sociedad, el sujeto debe alinearse a los comportamientos dictados como normales, en su cultura dentro de la sociedad en donde se desarrolla, provoca que al existir tal alineamiento como por ejemplo la educación familiar y la educación escolarizada, mantienen al sujeto condicionado por conductas culturalmente establecidas para su propio entendimiento de socialización.

El ser sociable es practicar la conversación con otras personas cara a cara y eso se da mediante el intercambio de signos culturales de socialización con el acto comunicativo. Estos signos son gestos, intencionalidad en la voz, palabras, miradas, movimientos corporales; el sujeto aprende desde niño practicando la socialización con los compañeros de la escuela, etc., además extrae los valores con los que ha sido educado desde la casa y práctica cuando convive con otra persona.

La función artística del género fársico, como se puntualizó Virgilio Ariel Rivera, ayuda a “liberar fantasías y represiones en el público espectador” (Rivera, 2004:

218), ya que desnuda la realidad, plantea situaciones que dan complicidad al espectador con tentaciones ocultas y reprimidas en su mente, que lo lleven a liberar represiones que lo mantienen atrapado en su conciencia.

Haciendo una analogía, la serie *El privilegio de mandar* es la sección de caricaturas en el periódico, porque se transmite al final del noticiero y que contiene una crítica a las corruptelas de los políticos. Por poner un ejemplo, en *El hijo del ahuirote* se mostraba caricaturas ridiculizando los aspectos corruptos de los políticos para la población mexicana por allá de 1902. En aquellos tiempos las personas en su mayoría eran analfabetas y podían visualmente comprender las caricaturas y el mensaje, de ahí se libera una idea reprimida (burla) acerca del gobierno de Porfirio Díaz.

En ese sentido, mi argumento es que la serie es como la sección de caricaturas de cualquier periódico, que no busca un sentido de ética ciudadana y conciencia política, sino solamente liberar el puro impulso de la burla hacia los políticos, ya que los medios de comunicación se exageran por medio del llamado sensacionalismo y la sátira.

El problema de la audiencia de Televisa es que durante generaciones, y repitiendo que son todas esas familias que en sus estilos de vida tienen y fomentan el uso del televisor entre padres e hijos.

Esas generaciones asiduas de la programación de Televisa, son las generaciones que han sido educadas con los melodramas televisivos, puesto que todas las tardes desde las 15 horas hasta las 22 horas aproximadamente se transmiten melodramas (telenovelas) que tienen la función de divertir.

Televisa, como empresa dedicada al entretenimiento, crea este tipo de productos audiovisuales para sus audiencias, y en cada cierto tiempo recrean hits²³ melodramáticos como *Rubí* con Bárbara Mori como actriz principal y

²³ Hit es palabra en ingles que significa golpe, esta palabra es usada para definir una canción, video, película o serie que ha sido muy famosa al poco tiempo de su lanzamiento al público.

posteriormente el remake²⁴ nombrado *Teresa* protagonizado por Angelique Boyer²⁵. Estas, casi su totalidad, son telenovelas que tienen la misma fórmula teatral para recrearlas, amor entre ricos y pobres, triángulos amorosos, por mencionar algunos. La suma de melodramas, cine y cultura de masas se convierte poco a poco en la conciencia mediática de la realidad, una conciencia alterada y manipulada por los medios de comunicación.

Las conciencias son manipuladas mediante imágenes que hacen referencia al mundo real. Lo mismo pasa con otros contenidos televisivos, pero la diferencia del contenido audiovisual de los melodramas es que atrae por la sexualización de las actrices y los actores, las situaciones eróticas de los personajes, a partir de ellas, se crean fantasías y el morbo es un punto fundamental. Igual pasa con las situaciones de venganza.

Todas estas dinámicas podrían ser escenarios imaginarios para los espectadores, miran con cierta curiosidad el drama expuesto en televisión que les identifica a sí mismos, sin embargo, hay una carga de sojuzgamiento en lo que miran en pantalla, situaciones en las que incluso no sabrían cómo reaccionar en la vida real.

Las fantasías son aspiraciones que las y los espectadores quisieran vivir, o que, motivados por el morbo y el voyeurismo, miraran ansiosos una situación ajena sin verse comprometidos. Son las normas sociales las que reprimen al individuo, lo que acceder a estos melodramas les ayuda a liberar un poco esas fantasías.

Así mismo funciona el género fársico, divirtiendo y jugando con las fantasías de las y los espectadores, pero con un nivel de crítica tanto objetivo como subjetivo que lleva a distintas interpretaciones de la realidad social.

El género fársico es usado en la serie *El privilegio de mandar*, por medio de los recursos técnicos del género dramático la televisora pretendió captar la atención

²⁴ Remake o también llamados refritos son las nuevas realizaciones que se hacen de un ya pasado material audiovisual, se vuelve a hacer la misma historia, pero con otros actores más recientes y adaptado quizá la historia original al mundo presente.

²⁵ En las correcciones hechas en el 2020 se debe mencionar que *Rubí* vuelve a ser lanzada al aire en el mes de Julio protagonizada esta vez por Camila Sodi.

de sus audiencias, quizá en su mayoría de clase media y de distintas edades que miraron la serie. En ella se recrea una imagen de los candidatos a la presidencia de México en contextos irrisorios.

Tomando como referencia de la realidad la información rota a través de los medios de comunicación, se crean narrativas con elementos de identificación de la realidad, hacen mirar a sus audiencias cierta representación falsificada y burlona de los candidatos como si fuera un circo, dando como resultado que la participación discursiva de la población mexicana no se tome en serio.

El análisis del género dramático se debe profundizar porque cada género tiene distintas estrategias para aleccionar, educar o entretener al espectador y hacerlo reflexionar por medio de los mecanismos socio-morales, aquí la televisión igual que el cine, retoma la teoría dramática para generar sus contenidos audiovisuales.

Metafóricamente y hablando de la auto represión, el género fársico funciona como válvula de escape que detona y libera fantasías reprimidas en el individuo. El ser humano “[...] acepta su auto represión, aunque en su interior bulla pujantemente una energía contenida que precisa desfogarse; esa necesidad vital y espiritual de dar un sentido más pleno a la vida que, como agentes químicos en el cuerpo, lo intoxica” (Rivera, 2004: 218).

Esa autorepresión viene de las normas que dictan el comportamiento ordinario del ser en sociedad, pero también actúa como agente bioquímico en el ser humano que interioriza las experiencias sensoriales en la mente y que experimenta emociones.

Si bien se habla de una intoxicación por la segregación de agentes químicos como podría ser el cortisol, la llamada hormona del estrés que genera estados ansiosos en el ser humano, la dopamina actúa en el ser humano dando una sensación de bienestar como recompensa psicológica y anímica.

Quien ríe con lo que ve en pantalla, libera carcajadas producidas por los chistes y como se ha fomentado por los medios de comunicación una cultura de política

irónica, se liberan esas fantasías reprimidas y expresadas en forma de burla ante el contexto social y político. Bajo este influjo se mantiene un sesgo en la población, quienes piensan que nada puede cambiar de su realidad, hablando en el sentido de seguridad social, económica y política.

Ahora bien, si el individuo que forma parte de la audiencia de Televisa ha mirado la serie, debería entonces por medio del entretenimiento, sentir ese bienestar, cargado de crítica, de burla y de risas. Una vez gastada esa energía, se sentirá liberado de cierta responsabilidad política para dejar que su vida marche como tenga que marchar sin preocuparse por una utopía ante su entorno social.

Cabe aclarar que las audiencias que han degustado la serie prefieren sucumbir ante las circunstancias de su entorno social sin hacer nada, optan por otras preocupaciones. La farsa se manifiesta por todas partes, más allá de las audiencias mexicanas, se repiten los patrones de corrupción en quienes trabajan en la administración pública fuera de la ficción televisiva.

En ese sentido se formula una ética de contenidos televisivos, quizá preferirán el entretenimiento de la serie al burlarse, reírse y probablemente repetir patrones que vienen del material audiovisual de la serie aunado a otro tipo de contenidos como el de las redes sociales. Divirtiéndose, las y los televidentes reaccionan al recordar frases como la que sucedió en el debate entre los candidatos Andrés Manuel López Obrador y Carlos Anaya: Riqui Riquín Canayín, se prioriza este tema más que el contenido de la frase en sí.

Esta frase, además de estarse repitiendo en la serie, en los memes, en las conversaciones ajenas de la gente, tratando de hacer mofa, no se percata que reproduce un aspecto enajenante que no tiene nada que ver con su contenido político, pero sí con la instrumentalización del poder que fluctúa en el discurso de la opinión pública.

La realidad política de México es tan corrupta que se vuelve farsa para los ojos de los ciudadanos que ven como absurdos ciertos actos políticos, aun cuando estos políticos son quienes dirigen la economía y la estabilidad nacional.

Es así como las y los espectadores se mantienen en un estado de *confort*, viendo cómo se practica la corrupción en la política mexicana optando por ignorar la situación real, reírse o no tomando partido en el cambio social, ni siquiera por un instinto de conservación.

Instinto de conservación.- En los tiempos modernos, la lucha desesperada por la conquista de los espacios siderales lo aleja {al ser humano}²⁶ cada vez más del conocimiento de sí mismo y de su medio circundante más próximo; sus capacidades de expresión espiritual se ven cada vez más reducidas y aumenta su sentido de autorepresión; los conocimientos nuevos que ametrallan su estado consciente le restan energía para penetrar en el campo de los conocimientos heredados en el subconsciente colectivo; la realidad objetiva limita su fantasía y la codificación de valores, paulatina y perezosamente renovada a través de los siglos, le impide elaborar una nueva codificación, en la que tal vez antivalores y valores aparecen invertidos (Rivera, 2004: 218).

A través de los impactos publicitarios en la transmisión comercial de Televisa, se les resta a las y los televidentes la energía para pensar en algún cambio para su sociedad, esto afectan la atención en el momento en que se miran los contenidos audiovisuales y eso va restando energía para pensar o reflexionar seriamente²⁷ acerca de la relación de la información que usa el medio de comunicación.

Es decir, lo que se hace con la opinión pública, se representan temas públicos dentro de los diálogos, esto provoca temas de conversación y de esta manera se pone a las mentes a pensar en un tema específico, esto es una forma de manipulación mediática.

²⁶ Notas del autor

²⁷ Que como dice Postman (2001), en el texto impreso se puede analizar más detenidamente por la forma que tiene el texto como tal hecho a palabras escritas para poder analizar la idea una y otra vez, en cambio en la televisión surgen repentinamente las imágenes en los comerciales, dando espacio de tiempo al aire a cada escena de la secuencia de máximo 2.5 segundos aproximadamente.

Solo sabiendo de qué manera los publicistas o directores de material audiovisual tratan de generar ideas que deban ser identificadas en las cabezas de las audiencias será posible generar el cambio que incluya todo lo referente a un ser humano consciente, así como la realización personal o calidad de vida que debería garantizar el Estado Mexicano a la ciudadanía a partir de ser consciente de su realidad y su discurso.

Ya hemos dicho que la diversión resta energía a quien se divierte; el entretenimiento produce a su vez diversión, y cuando se entretienen a las audiencias de Televisa con la serie *El privilegio de Mandar*, lo que sucede es que solo se fomenta una burla insensata y ciega acerca de la realidad.

El lenguaje forma parte de nuestro desarrollo como humanidad, pero en una cuestión más compleja, las metáforas de referencia es nuestro medio para visualizar los valores que deberían mantener el bienestar entre las sociedades.

Por eso mientras la codificación de valores fomentados por Televisa siga siendo la misma durante generaciones, seguirán funcionando sus melodramas para contenidos no críticos para formar otro tipo de sociedades.

Así mismo, la codificación de valores antiéticos, por ejemplo, los intereses personales de los políticos en la administración de los recursos públicos, hace que influya en la sociedad una idea de corrupción bajo los dispositivos de poder en el lenguaje.

Fomentando además esa cultura y codificación de valores que hace burla de la política y los políticos en México. Esto promueve que a la gente no le importe un cambio alguno.

Ante las problemáticas económicas o de violencia que hay en el país, el Estado sigue acostumbrando a robar dinero a través de imposición de multas elevadas, como las que en los días 19, 20 y 21 de mayo del 2019 se han dado en el municipio de Toluca, poniendo operativos con retenes y circulación de patrullaje para retirar automóviles no verificados.

La multa llegaba hasta los 4000 pesos mexicanos, pero esos cobros de impuestos no se ven reflejados en los servicios públicos como la seguridad, ya que el narcotráfico y el crimen organizado se siguen mirando en las noticias.

En el servicio público de salud sigue habiendo problemas, donde casos específicos como las citas con lapsos de tiempo largos en el caso del IMSS para estudios especializados, y el tiempo es dinero²⁸; a la gente se le va la vida esperando por esos servicios de manera indigna y en múltiples casos solo les queda la resignación por contexto socio económico.

Bajo esta idea, propongo mirar qué sector de la sociedad es ideal para Televisa, son aquellos quienes miran su programación por gusto, el mexicano o mexicana consumidores de Televisa prefieren pasar los momentos de su vida riendo, mirando series como *El privilegio de mandar*, prefieren presenciar la burla en pantalla. En esa conciencia están funcionando todos los mecanismos socio-morales que dan motivo para prestar atención a ciertas cosas y negar otras.

Por eso se dice que la Televisión es el opio del pueblo, porque deja a las masas dopadas, en el sentido de que cuando se divierten y ríen, se activa la dopamina y permanecen felices, lo que no les permite dar cuenta de otras cosas o negarlas. Entonces ya no sólo están solo reprimidos, sino manipulados, mientras prefieran ver la serie a interesarse por la lectura de artículos de ciencia social o filosofía, estará su atención dirigida a pura opinión pública sin fundamento.

La imagen es más fácil de entender y las letras requieren mayor atención, así como lo decía Postman (2001), que los contenidos audiovisuales no pueden educar o transmitir contenidos serios como la lectura, que se encuentra ahí plasmada para que el lector se tome el tiempo de reflexionar paso por paso la idea desarrollada por el autor, porque contempla el texto escrito y se puede hacerlo con detenimiento.

²⁸ En lógica capitalista, el tiempo es dinero, tiempo de producción, tiempo de vida.

Guillermo Orozco (1995) en su libro *Rescatando a los Medios* propone una ética comunicativa y por otro lado Ludovico Silva (1978) piensa contrariamente en su libro de *Teoría y práctica de la Ideología*. En el último capítulo analiza las historietas, en él refiere que sí se podría luchar contra el imperialismo norteamericano y capitalista de los *cómics*.

Argumenta que representar ciertas virtudes de los héroes se carga implícitamente de cierta ideología, por ejemplo, Batman, quien es millonario y eso es una cualidad capitalista. En el caso hipotético de que haya intelectuales como consejeros en Televisa, se nota que se inclinan por intereses personales ya que manipulan no sólo con la fantasía de los melodramas elaborados con elementos muy particulares de discurso social, sino también con las noticias y así terminan deformando la idea de la realidad de las y los espectadores.

Cito otro ejemplo: Santos Briz y su sección *Las Mangas del Chaleco*, no parece importarle fomentar una reflexión ética tanto para políticos como para ciudadanos. Expone las acciones de los políticos en sus críticas visuales que se dan por la interposición de las escenas del reportaje con escenas de películas o programas de risa de la colección de material histórico de Televisa como *Chespirito o Derbez en cuando*, lo mismo pasa con el catálogo de películas de las cuales tienen derechos, provocando así solo risa y nada de crítica.

Estas escenas elegidas funcionan como referencia para las generaciones que miran esos programas y así logran identificar los chistes, ironizando sin llegar a nada, solo a mirar lo que sigue²⁹ para divertirse o simplemente fomentan una cultura de burla solamente.

Gran parte de la población mexicana define su autorrepresión con una frase: ¡siempre es lo mismo! Por eso prefieren la burla sin compromiso, ajustados al encuadre de su límite social. “El género dramático farsa parte de esa necesidad

²⁹ Aunque hoy en día podemos usar YouTube para ver varios episodios de distintos programas y analizarlos con detenimiento, como lo hice en este caso con la serie antes de que la borrarán.

tormentosa de liberar ese enorme cúmulo de energía instintiva y espiritual que el ente social contiene reprimida” (Rivera, 2004: 219).

Por esa razón encontramos la relación entre el género fársico y la filosofía popular, porque ambos parten de esa necesidad sabia y profunda de darle un sentido más pleno a la vida, y porque ambos representan una manifestación de orden necesariamente masivo. (Rivera, 2004: 219).

Sí se supone que el objetivo de Televisa es liberar esa energía, la serie no es una obra de arte en el estricto sentido del género artístico dramático. *El privilegio de mandar* es un producto masificado ya que Televisa es un medio de comunicación de gran cobertura, nacional como internacional, donde las y los televidentes pueden mal interpretar la realidad. La serie también hizo parte de una gira que llevó al elenco a distintas ciudades por el país.

Con estos ejemplos se reafirma que se dista de tener un contenido serio en torno a cómo se piensa que se hace la política en México. También se considera que no toda la población adquiere la herramienta analítica para reflexionar sobre las teorías políticas y la praxis que conlleve acciones que promuevan la democracia y el cambio en un país.

Por otro lado, el nivel educativo de México parece no proveer de esos conocimientos a la población en general, en lo que se refiere a la cultura lectora el sector se ha enfocado más en su concepto y haciendo ferias del libro, donde principalmente se busca más vender que promover de otra forma la lectura en la población.

La audiencia ideal de Televisa es, además, masiva; no son unos cuantos, son millones de personas presupuestas a ser atrapadas por el entretenimiento de su programación con falta de ética comunicativa para presentar contenido que solo fomenta la burla sin un sentido crítico. y la falta de lectura incentiva este escenario.

Por poner un ejemplo analógico; el fútbol se juega en estadios donde se dan cita supongamos, 87 mil personas, que es la capacidad total del Estadio Azteca³⁰, cuando juega algún partido importante la Selección Nacional o el Club América³¹ el estadio se llena. Televisa transmite los partidos a toda la nación porque son más de miles las y los que enumeran la afición del Club América o la Selección Nacional. Además de los 87 mil aficionados en el estadio se suman todos los espectadores que sintonizan el canal de Televisa en donde proporcionen la transmisión al aire del partido, ya sea por Canal 5, Las Estrellas Tv o TUDN (antes Galavisión o canal 9).

Según las estadísticas del 2015, que son las últimas registradas por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la población total del país es de 119,938,473³², esos datos sirven solo para ejemplificar cuán grande es el grueso de la población y donde probablemente se pueda tener acceso a la televisión abierta.

Ahora bien, la farsa se conceptualiza como la secuela de la realidad, porque de la farsa planteada en televisión surge la idea de la ficción política que ya muchos ciudadanos tienen del gobierno, esto es parte del proceso de tergiversación que hace parte de la dinámica de la cultura política en México.

El concepto de ficción política o política ficción, representado la realidad política más como una obra de teatro que como un objeto de discurso público serio, la problemática es que no sólo la farsa está en la serie sino en las prácticas de las y los políticos de México, entonces ¿hasta qué punto la realidad que muestra la televisora es una farsa?

Algunos de los objetos en los que hay que poner atención es en las representaciones que se hacen dentro de la serie, pues son los elementos

³⁰ Se puede verificar la información en el siguiente enlace: <https://www.goal.com/es-mx/noticias/estadio-azteca-inauguracion-historia-y-capacidad/1vrox0m49knzo16e9ftt0skas0>

³¹ Hay que recalcar que Emilio Azcárraga Milmo quien lideraba la expansión y sucesor dueño de Televisa, compró al Club América en 1959, esta información se puede corroborar en el sitio web oficial del Club América en: <https://www.clubamerica.com.mx/historia/>, consultado el 26 de Julio del 2019.

³² Perfil INEGI, en: <https://www.inegi.org.mx/temas/estructura/>, consultado el 26 de Julio del 2019.

visuales que representan las formas de vida popular de los que se apropia Televisa para producir los escenarios y contextos de la serie *El privilegio de mandar*.

Por ejemplo, el Indio Brayan, o Doña Margara quien vende quesadillas o el niño huichol que popularizó la canción de *Movimiento naranja* y que probablemente esté incrustada en la psique de millones de mexicanas y mexicanos.³³

De esos ejemplos que al menos son tomados de contextos populares, Doña Margara o el Indio Brayan, representan a un sector social que posiblemente tienen una educación y sabiduría popular más que de los libros.

Si es televidente de Televisa, este se estará informando a partir de una producción de significados culturales que incluso podría representar una agresión para estos sectores, porque hay una exageración y deformación de oficios como quien vende quesadillas en los puestos de mercado o la calle. Hay una imagen degradada de las clases populares.

Así, consecuentemente:

(...) cada farsa contiene, en forma simbólica, una forma de liberación autoral, que opera por identificación, como todo el drama, en el subconsciente o en el consiente reprimido del espectador (Rivera, 2004: 219).

Esa identificación de elementos culturales en el subconsciente del espectador, son estereotipos personificados, parte de la injusticia social y la ficción política que han hecho los servidores públicos y gobernantes que afectan a la población partiendo de este dicho popular: al pueblo dale pan y circo.³⁴

³³ Hablando de una experiencia personal, me tocó presenciar una noche de sábado que fui con mis papás a comprar tacos dorados en un puesto afuera de la iglesia conocida como El ranchito, un grupo de personas que bailaban y cantaban la canción de *Movimiento naranja* en una esquina frente a los carros que permanecían parados con el semáforo en rojo, estas personas al final solo se estaban divirtiendo, un poco de diversión sana no afecta a nadie, no pedían dinero, solo bailaban, cantaban y se reían a montones.

³⁴ Nuevamente formas del discurso.

La farsa se combina con la comedia, la comedia busca entrar a la conciencia del espectador, al combinarse la farsa con la comedia se vuelve un género híbrido como el de la serie que sería: la comedia fársica. Tratando así de afectar la conducta del espectador:

La comedia fársica, para seguir cumpliendo su función esencialmente moralizante, defendiendo desde los valores universales: el amor, la verdad, la ética, la justicia, hasta criticando los más personales defectos en el individuo –la timidez, la insensatez-, burlándose de la colectividad o de los aspectos erróneos del sistema dominante, o mofándose de la propia represión, para predecir una decadencia, y sirviendo sus textos para la posteridad como documentos testimoniales (Rivera, 2004:120-121).

Pero el problema es que “el individuo necesita divertirse y la sociedad necesita ser alegre, gozar de la vida” (Rivera, 2004: 121). Entonces ¿qué es la serie?, ¿Un paliativo?

Paliativo según la RAE significa: “dicho especialmente de algún determinado tratamiento o remedio: Que tiene como finalidad mitigar, suavizar o atenuar el dolor de un enfermo”.³⁵

¿La sociedad mexicana está enferma?, ¿De qué dolor nos pretenden curar?, de la ficción y crisis política y económica tal vez.

Al final cumplen su misión, satisfacen las necesidades de entretenimiento de sus audiencias y Ariel Rivera nos dice que el individuo necesita divertirse, pero la diversión se torna en peligro porque toma la forma del discurso público que debería ser tema serio.

³⁵ Real Academia Española, Diccionario de la lengua española (2019), en: <https://dle.rae.es/?id=RYJfZWc>, consultado el 30 de Julio de 2019.

Como menciona Postman (2001) en el título de su libro *Divertirse hasta morir*, y eso sería morir sin cambiar las cosas que aquejan la realidad social, educativa, política y cultural que vive el país. En ese sentido, *El privilegio de mandar* es una comedia fársica.

I. EL PRIVILEGIO DE MANDAR ATACA DE NUEVO

En la página oficial de Televisa no hay descripción de la serie *El privilegio de mandar*, solo se encuentran los capítulos; la única referencia escrita que hay es Wikipedia. Cabe destacar que las fechas y datos en Wikipedia coinciden con la trayectoria de esta serie, la descripción de la serie en la web es:

El privilegio de mandar es una serie de la televisión mexicana producida por Reynaldo López, en su primera temporada también producido por Carla Estrada, emitido por la empresa Televisa a través de su primera cadena nacional Las Estrellas, cuyo contenido se basa en la sátira y parodia política. Su título se basa en el de la telenovela *El privilegio de amar*. Es una serie derivada del sketch homónimo dentro de la serie *La Parodia*. Originalmente se transmitía los lunes a las 22:00, siendo movida los domingos a la misma hora a finales de 2005. La última emisión del programa fue el domingo 9 de julio de 2006, una semana después de que se celebraron las elecciones presidenciales (Wikipedia, 2019).

Esto nos ayuda a contextualizar la primera temporada de la serie que dio origen a la segunda temporada, que es la que se analiza en este trabajo.

Fredy Ortega y Germán Ortega, quienes se hacen llamar Los Mascabrothers, hacen parte del elenco de la primera temporada de la serie que surgió como una pequeña sección de sketch en el programa *La parodia*. En el sitio web donde encontramos información de la serie, se mencionan los conceptos sátira, parodia y sketch, lo primero sujeto a comparación son la sátira y el sketch que dentro del libro *La composición dramática* de Virgilio se plantea que:

Pasos y entremeses. - Los pasos y entremeses son obras cortas, correspondientes cada una a un género distinto, comúnmente son comedias o melodramas, aunque también son, en algunos casos, piezas y obras didácticas. La tragedia y la tragicomedia, una por la

envergadura que implica y la otra por la extensión de la que precisa, no logran casi nunca caber en las limitaciones de tiempo a las que el entremés y el paso están supeditados, pero es claro que ni uno ni otro son meros ejercicios dramáticos, ni resulta precisamente correcto definirlos como subgéneros. **Sketch.** - El *Sketch* mismo contiene –resumidos- todos los elementos que precisa una obra completa. Regularmente es una comedia o un melodrama fársicos, con la única diferencia de que, como la palabra lo indica, el sketch es una supersíntesis, un trozo, un bosquejo en el cual, como en la caricatura dibujada, están solamente exaltados los rasgos más penetrantes –temáticos, anecdóticos, categóricos, etcétera- del asunto que se está exponiendo. Es común, y no precisamente incorrecto llamar sketch a cualquier obrera corta; lo que es erróneo es aplicarlo exclusivamente a obras fársicas como lo son: **Sátira y sainete.** - Las sátiras y los sainetes son pequeñas farsas que llevan como subgénero la obra didáctica. La sátira como la palabra lo indica, es una burla, una crítica mordaz, una denuncia abierta. El sainete es aproximadamente lo mismo que la sátira, con la leve diferencia de no escarnecer tanto como la primera. (El término se relaciona, acertadamente, con lo que es un lio o un desbarajuste en razón a que, en el sainete como el esperpento, cada personaje intenta imponer su propia razón, sin atender a la de los demás) (Rivera, 2004: 250-251).

La primera cosa a destacar es que la parodia no se menciona por Virgilio Ariel Rivera, pero sí nos habla sobre los subgéneros ya enlistados. Sin embargo, hablaremos del significado que la RAE da: nos dice que refiere a “imitación burlesca”.³⁶ Haciendo memoria, en el programa cómico *La parodia*, los actores Angélica Vale y Los Mascabrother quienes protagonizan a Frank e Igor, estos personajes que representan a un científico “loco” y su acompañante, un personaje deforme con traje de monje, cojo de un pie con problemas de dicción como si fuera gangoso.

Los productores ejecutivos de la serie fueron Carla Estrada y Reynaldo López³⁷, aquellos quienes hicieron de productores en *El privilegio de mandar*, puntualizaré que el cargo de productor en el área audiovisual se encarga de la gestión de lugares, presupuestos, patrocinios, reparto; el cargo de productor ejecutivo es quien se encarga de las relaciones públicas para hacer convenios con medios o empresas y hacer más fácil la difusión del material audiovisual.

³⁶ Real Academia Española, Diccionario de la lengua española (2019), en: <https://dle.rae.es/?id=RxVXS5m>, consultado el 27 de Julio de 2019.

³⁷ Perfil, la parodia, en: https://es.wikipedia.org/wiki/La_Parodia , consultado el 27 de Julio del 2019.

La imitación burlesca es lo que se reproduce en el programa de *La Parodia*, destacando las facciones de los personajes políticos como Vicente Fox, Carlos Salinas de Gortari, Martita Sagún, de manera caricaturesca.

Ese pequeño sketch, es “como en la caricatura dibujada, están solamente exaltados los rasgos más penetrantes –temáticos, anecdóticos, categóricos, etcétera- del asunto que se está exponiendo” (Rivera, 2004: 251).

“La sátira como la palabra lo indica, es una burla, una crítica mordaz, una denuncia abierta” (Rivera, 2004: 251). Esta idea no permite ver que la idea de la serie, igual que los propios actores de esta lo mencionan en una entrevista, “El privilegio de mandar es una sátira política”.

Así como se sabe popularmente que México es el país más peligroso para ejercer el periodismo, puesto que matan, secuestran o corren de las empresas a periodistas que realmente hacen su labor periodística para denunciar las inconsistencias de ciertos servidores públicos y gobernantes.

Lo peculiar en esto, es ver cómo en televisión abierta y Televisa siendo un medio con gran cobertura no sólo a nivel nacional, se proyectó tal burla, una crítica mordaz y denuncia abierta hacia personajes políticos muy conocidos en la conciencia popular de la historia de México, destapando los actos de corrupción de los que fueron parte sin sanción alguna.

Nadie del reparto de la serie sufrió daños a su persona por burlarse de los políticos, ni la empresa tuvo problemas en destacar sus bromas con la imagen de los políticos. Desde los primeros sketches en *La parodia* y la primera serie en el 2006, se notaba el doble sentido de los diálogos y las situaciones burlescas, todavía se reservaban el nivel de agresión en su crítica o escarnio a través de mofas a través de caracterizaciones físicas exageradas y caricaturescas.

En cambio, con la segunda temporada de la serie que salió al aire en el 2018, el humor había cambiado mucho, los diálogos siguen en doble sentido, pero además ahora se presentan con groserías explícitas; visualmente hay elementos que

connotan partes sexuales y el sentido del albur se adaptó al discurso de estos géneros dramáticos.

En este caso la farsa es resumida en sketch y sátira para poder mirar e interpretar el sentido del objeto del programa, entretener más que dar una visión racional acerca del acontecimiento político, que en ese momento fueron las elecciones del 2018 y las campañas de los candidatos.

La burla y la risa es lo que buscan con ese programa, eso ayuda a darle un giro en la intención del mensaje para el televidente, porque no todos los que forman parte de esas audiencias tienen conocimientos de los discursos que aquí se ejemplifican. Es decir, hay un uso del conocimiento empírico para mirar la serie y poder liberar la carcajada, lo que al final terminará legitimando el show como una burla recíproca.

Carcajada: liberación del espectador. - La obra fársica, a nosotros, como espectadores, no necesariamente nos mueve a la risa, en cambio invariablemente nos mueve a un muy alto o muy bajo grado de vergüenza (la cual muchas veces ocultamos con una carcajada) precisamente por atreverse a decir todo cuanto hemos mantenido enérgicamente reprimido, sin decidirnos a expulsarlo. Sin embargo, en muchos de los casos –diríamos en la mitad de las obras fársicas- esta vergüenza, aunada a la profunda satisfacción de descubrir que otros –el autor, sus personajes o los autores- sí se han atrevido a expresarse por nosotros, nos produce, por identificación, una intensa felicidad que raya en el placer y un regodeo que fluye en carcajada franca y liberadora [...] catártica (Rivera, 2004: 225).

El que ríe se libera y desintoxica de sus represiones a través del efecto que ya mencioné con la liberación de hormonas y neurotransmisores llamado dopamina. Pero, además, quien se ríe con la serie, legitima la burla desde el sillón de su casa como una diversión no comprometida, porque alude al entretenimiento y a la diversión y no a otra cosa.

Es como si la televisora intentara dotar de desahogo emocional a la audiencia a falta de credibilidad de las funciones de los políticos. Como ejemplo esta idea popular que los políticos sólo van a robar, y claro, si lo hacen con la evasión de impuestos a la gasolina, los bajos sueldos en comparación con los precios de los

productos para el consumo en supermercados, pago de multas y tenencias, todo para extraerle dinero al pueblo, eso se usa como burla.

Televisa satisface las necesidades de entretenimiento de sus audiencias, y esta serie es la prueba de ello, puesto que a sus audiencias les preocupa más la comodidad de la burla y hacer comentarios sobre los políticos, que interesarse por temas distintos como la filosofía o la teoría política.

Vivimos en la sociedad del entretenimiento, con ello el desarrollo de una cultura política que convierte en diversión temas que deberían ser tratados con mayor seriedad. En la segunda temporada de la serie, los personajes tienen otra caracterización, ya no se les infantiliza, los disfraces no están caricaturizados; en esta temporada se ha hecho uso de la técnica del maquillaje para destacar los rasgos físicos de los políticos en la vida real.

Este tipo de maquillaje que se usa para exagerar las facciones reales de los personajes que representaron el escenario político de las campañas electorales del 2018 en México como: Ricardo Anaya, Donald Trump, José Antonio Meade, Margarita Zavala y Andrés Manuel López Obrador, además de que las voces de los actores imitan muy bien el tono de voz de los personajes en la vida real.

Si esta serie determinó cierto juego de poder, entonces puedo decir que durante los periodos de 2006, donde Felipe Calderón fue presidente y 2012 donde Enrique Peña Nieto fue elegido -bajo la sospecha de elecciones fraudulentas-, la serie no fue transmitida por condiciones de decisiones explícitas.

En ese sentido, el poder que se ejerce como medio de televisión refiere un sometimiento. Televisa como elemento de poder mediático, puede hacer material audiovisual para que distintas personas elijan su entretenimiento. La televisora no tuvo la disposición de generar la serie en la época ya mencionada sino hasta el 2017 en las vísperas de las elecciones del 2018, eso permitió un condicionamiento en la toma de decisiones como un reflejo del poder y puedo decir que eso significa una decisión deliberada para no llevar a cabo la serie.

Por otro lado, también es necesario conocer el sentido del concepto de economía política, para entender cómo las relaciones de poder entre empresas, países o instituciones como el Estado se forcejean las tomas de decisiones en las que actúa el poder.

Si la televisión tiene gran capacidad de influencia para la vida social, entonces debe haber alguna razón para que en las elecciones del 2018 la televisora lanzará su nueva versión de *El privilegio de mandar*, con esa nueva versión cargada de doble sentido, sin censura y con contenido explícito de groserías, alburas importó muy poco, pues no hubo advertencias sobre el contenido de altisonante para el público.

Otra prueba que invita a pensar cómo se da la influencia en la toma de decisiones del poder es que en esta nueva temporada de la serie se representa a Enrique Peña Nieto de forma burlesca con un actor que es de estatura baja que alude a la exageración del físico de la persona en la vida real.

Si la decisión de relanzar esta serie se debió a las relaciones entre el corporativo Televisa y el gobierno en turno, se observa a partir del recurrente escarnio que ocurre en la serie y la ausente crítica al sistema; esto implica una burla desmedida que impacta a la moral política del ciudadano.

Es una falta de responsabilidad social el hecho de que la televisora decida producir crítica/burla en contra de otros intereses político-económicos, opuestos a los de la empresa. Ello se observa con la transmisión de la serie sin previo aviso.

En ese sentido, los patrones que modifican el intercambio de significados culturales a través del fenómeno de la conversación fragmentada, donde se comparten significados culturales, recae en el mal entendido de los televidentes a partir de tales significantes.

Esto relanza una retórica del discurso comercial que intenta legitimar la burla y el desinterés, además de una pérdida de respeto a la política y ciudadanía mexicana, porque para ser socialmente responsable habría que generar contenido científico y

social. Dicho lo anterior, la serie resulta completamente ajena a esa responsabilidad social de la que se jacta la empresa Televisa en su misión, ya que la empresa saca jugo de la venta de espacios publicitarios en los cortes comerciales, además de tener contenido de propaganda política o los spots de las campañas de los candidatos.

La *política ficción* es el término que se utiliza para nombrar las falsas acciones de los políticos en México, es un concepto que conocí a partir de los *Mascabrothers* en un capítulo de sus sketches en *La parodia*. Uno de ellos, en un diálogo en la serie hace el papel de Salinas de Gortari, llama así (política ficción) a lo que ellos hacen como personajes de parodia en el sketch *Pokar de expresidentes*, en este se refiere de manera distante al contexto, obviamente bajo la crítica de que los verdaderos políticos sólo fingen que trabajan.

Partiendo de la conceptualización de la RAE, “ficción es la acción o efecto de fingir”. Por último, fingir³⁸ es “dar a entender algo que no es cierto y dar existencia ideal a lo que realmente no la tiene”.³⁹

Las conexiones que hay entre la serie y la realidad permiten entender que el negocio de los políticos es fingir, y de ello se deriva la burla en la serie. Pura ficción política que tergiversa el sentido del trabajo, donde lo que deberían hacer los administradores públicos y gobernantes es su trabajo.

Así como en la época de *El Hijo del Ahuizote* en donde se hacían caricaturas de los políticos para denunciarlos, hoy en día esa función de la caricatura se transformó en un audiovisual para presentarse como serie televisiva y sátira.

Sin embargo, más allá de una crítica burlesca, el programa no deja nada a la reflexión, sólo se mira la dinámica de la burla, principalmente porque existe una ignorancia popular en el discurso político teórico. Derivado también de los dichos

³⁸ Real Academia Española, Diccionario de la lengua española (2019), en: <https://dle.rae.es/?id=HqnhtmK>, consultado el 27 de Julio del 2019.

³⁹ Real Academia Española, Diccionario de la lengua española (2019), en: <https://dle.rae.es/?id=Hy0mByr>, consultado el 27 de Julio del 2019.

populares plasmados en la conciencia de la cultura política del país, lo que hace que haya una afinidad entre el espectador y los chistes de la serie.

Es una instrumentalización del uso comercial de la política y del *show business*, sólo como interés económico; en ese sentido no hay responsabilidad social en ello, el poder del discurso funciona en razón del poder económico, dos fuerzas que dominan el discurso público y la vida social.

I. CUALQUIER PARECIDO CON LA REALIDAD... ES CULPA DE LA REALIDAD

El análisis de los datos cualitativos será aplicado en distintos fragmentos de los capítulos más relevantes y sujetos a interpretación. Las teorías con las que se analizarán los capítulos se fundamentan en los autores que se han abordado en el marco teórico, así como en la teoría del lenguaje audiovisual, teoría de la imagen y géneros dramáticos.

De esta manera se podrá saber cómo se interrelacionan los elementos fársicos con los de la vida real, además de otros tipos de juegos discursivos que se derivan de la burla y la ficción política que motivan esta investigación. La base material, que son los capítulos de la segunda temporada de la serie en video de El privilegio de mandar, da cabida a la crítica que este texto promueve.

Como había mencionado anteriormente, la serie ya no se encuentra en la página de internet de YouTube, los datos de las visualizaciones fueron tomados antes de que ésta fuera eliminada del canal, ahora toda la última temporada aparece completa en la plataforma Blim, la cual está conformada por 32 capítulos.

El primer capítulo tiene una duración total de 16:10 minutos y se llama: *¡Se acabó la espera!*, se entiende que el capítulo transmitido en tv está mediado por cortes comerciales que hicieron propaganda política de la temporada de precampañas y campañas electorales entre noviembre del 2017 a julio del 2018.

En relación a YouTube, es importante destacar el número de visualizaciones que tenían y tienen los capítulos para tener un espectro del impacto que ha tenido la serie por medio del internet, recordando como variable independiente las personas que en libertad ven la serie, y en la variable dependiente el total de las visualizaciones. Esos datos ayudarán a entender los efectos del entretenimiento para su consumo masivo.

A fecha del día 13 de julio de 2019, el video contaba con 968,093 visualizaciones. Este comienza con 18 segundos de pantalla en negro y en silencio, enseguida entra la cortinilla con el nombre de *El privilegio de mandar*, de fondo se encuentran los tres colores de la bandera en posición horizontal, empezando de arriba abajo: verde, blanco y rojo.

En el centro, aparece el nombre de la serie con unos garigoleados que se podrían asemejar al escudo de la bandera de México, obviamente el diseño de esta imagen es un juego de elementos que para que tengan sentido, se debe puntualizar dos conceptos que mencionaremos más adelante que María Acaso menciona en su libro *El lenguaje visual*, ahí se desarrolla la forma en cómo funciona la imagen en cualquier circunstancia.

Se debe saber de antemano que ninguno de los elementos puestos en una imagen ya sea de arte o de publicidad está puesto al azar, y que todos ellos tienen significados. Este juego de elementos que se presenta, se ha desarrollado de manera histórica con la evolución pictórica del uso de la imagen en los contextos sociales.

Estos dos conceptos son:

Mensaje manifiesto: información explícita, aquella que el espectador creé que está recibiendo y *Mensaje latente*: información implícita, aquella que el espectador recibe de verdad, pero sin darse cuenta de ello la mayoría de las veces (Acaso M., 2009: 143).

Bajo esos dos esquemas que definen los conceptos ya citados, se guiará la interpretación de los elementos visuales, ya que la imagen, como parte de otro lenguaje, se tiene que reconocer de tal forma.

De la mano de estos dos conceptos, se comprende que los elementos a analizar de las imágenes extraídas de la serie lograrán vislumbrar, a través de la descripción de dichos mensajes, el sentido de estos. Como menciona María Acaso (2009), si el observador no conoce el mensaje que transmite la imagen, la imagen hace lo que quiera con él; de ahí la necesidad de que se entiendan los conceptos de *mensaje latente* y *mensaje manifiesto*. En ese sentido, la bandera que aparece en la cortinilla de entrada en la serie, es el mensaje manifiesto.

Para comprender la interpretación de los elementos del lenguaje visual, que no se dan de manera superficial, podemos entrever que los colores de la bandera originalmente están acomodados de forma vertical, y en el sentido de izquierda a derecha, el escudo del águila⁴⁰ devorando a la serpiente está en el centro sobre el color blanco, más o menos de la siguiente manera:

Figura 3: representación de la bandera mexicana



Referencia del acomodo de los elementos de la bandera real. Fuente: Elaboración propia.

⁴⁰ El águila está representada con el círculo café de la figura 3.

De manera analógica, la cortinilla de la serie se encuentra de la siguiente manera:

Figura 4: Cortinilla de “El privilegio de mandar”



Cortinilla de inicio en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

Como mensaje manifiesto, se encuentra solo la analogía de la bandera y el título del programa. Pero en el mensaje latente podríamos pensar en el color verde, color de la naturaleza del valle de México, el segundo color es el color blanco como referente de la pureza, la riqueza de una tierra limpia; en color oro se leen las palabras: *El privilegio de mandar*, así como café oro es el águila devorando a la serpiente; el águila es quien ha sometido a la serpiente, y que por destino tiene el privilegio de mandar sobre ella.

La mitología del significado del escudo de la bandera de México nos dice que ahí donde se encontrará un águila devorando a una serpiente posada sobre un nopal, se instalaría la cultura Azteca. Después llegaron los españoles y conquistaron gran parte de este continente, luego los caciques instauraron un poder sobre la sociedad y en un salto histórico, llegó la revolución; los partidos políticos y la corrupción estuvo presente como si el privilegio del águila de matar a la serpiente (Quetzalcóatl) fuera la indicación de algún advenimiento tormentoso para la cultura mexicana, enraizada en los símbolos prehispánicos y no una indicación divina.

Después cuando vienen los partidos políticos como el PRI, en los años ochenta, se instaura el modelo neoliberal en México con el gobierno de Miguel de la Madrid. Surgen nuevas dinámicas de intercambio comercial que impactan en el ámbito político privilegiando y los intereses corporativos, al grado de que los partidos políticos se convierten en los espacios privilegiados para los negocios.

En ese sentido, el escudo de la bandera nacional forma parte del nombre de la serie, se rebuscan elementos que identifican con nuestra historia y nuestro contexto en el discurso público. Como lo indica Neil Postman (2001), vivimos en la era del *show business* y Televisa es el gran corporativo comprometido a entretener a la sociedad mexicana, bajo la idea de responsabilidad social dentro del marco del entretenimiento.

Regresando a la descripción de la bandera, debajo se encuentra el color rojo, este alude a la sangre y por tanto a la violencia, pues se especula que quien manda en la presidencia puede usar la fuerza para deshacerse de sus “enemigos”. Pensemos en el ejemplo de los 43 estudiantes de Ayotzinapa, la sangre queda por debajo, enterrando las aspiraciones de una sociedad mexicana bajo la guerra y un terrorismo mediático.

Muy por debajo de las élites políticas está la sociedad, que vive asolada por la violencia en las calles, por el narcotráfico, los asaltos a mano armada en el transporte público, los secuestros, el crimen organizado; rojo es la superficie del poder presidencial.

Se invierte el sentido de los colores de la bandera y en lugar del escudo han puesto el título de la serie, *El privilegio de mandar*. Todo ello engloba la interpretación del mensaje latente en esta cortinilla de entrada.

Con este ejercicio, se pretende que los lectores hagan el ejercicio de reflexión con las siguientes imágenes, interpretando el mensaje manifiesto y el mensaje latente.

La interpretación de este capítulo, en el segundo 23 aparece Pedro Ferriz de Con, con el Bronco, ex candidato a la presidencia, desde ese primer momento vemos la diferencia en los diálogos de esta serie. Si bien la primera temporada con los Mascabrothers era un tanto sosa, aquí el nivel de respeto por las audiencias está por los suelos. En este caso, desde mi punto de vista, al ser un programa en tv abierta, no hubo cuidado ni respeto para los menores de edad o niños que estaban expuestos a mirar el capítulo.

La serie pasaba los lunes al finalizar el noticiero nocturno y queda en duda la parte de responsabilidad social de Televisa cuando se muestran elementos y situaciones que aluden directamente a lo sexual y el lenguaje altisonante.

Para que los medios de comunicación puedan generar cultura de masas, tienen que retomar elementos de la cultura popular, que como en el caso de la realidad nacional es el albur, el doble sentido en los diálogos, una alta connotación sexual se encuentra presentes en todas las escenas.

Retomando el ejemplo de la primer secuencia de escenas en las que el Bronco y Ferriz se encuentran en una escena en el baño, se alude que se miran los penes, hablando sobre quien lo tiene más grande o más bonito, y resulta que al final Ferriz saca su *smartphone* y menciona que lo que hace ahí es recaudar firmas, y comprendiendo el lugar en donde están (en el baño) todos van ahí echarse sus firmas como se dice coloquialmente al momento en el que los hombres van al baño.

Figura 5: Bronco y Ferriz en el baño



Bronco y Ferriz recaudando firmas en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

En esta escena, de fondo se escucha un silbato y música en un tono alto, aludiendo a la felicidad, eso también ayuda a estimular el ambiente de ridiculez y humor burlesco y descarado.

Figura 6: Bronco y Ferriz en el baño viendo sus smarthphones



Bronco y Ferriz viendo sus celulares en la serie de televisión "El privilegio de mandar". Fuente: Blim TV. (2017).

En estas escenas se comienza a ver el tipo de caracterización que usaron tanto en el vestuario como en el maquillaje, lo que le da a los personajes un parecido muy cercano, pero exagerado, a quienes interpretan.

Figura 7: Marifer Centeno interpreta la firma de Margarita Zavala



Interpretación de Margarita Zavala con Marifer Centeno en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

En esta imagen vemos a Margarita Zavala quien está con María Fernanda Centeno, la grafóloga del programa de espectáculos *Hoy*, esto nos indica que durante la serie las audiencias encuentran referencias de su contexto mediático inmediato, haciendo referencia a personajes de la farándula televisiva.

A manera de ficción, los personajes principales de la serie se van interrelacionando con los políticos y ex candidatos a la presidencia de México en el 2018, esto hará centrar la atención del televidente y eso hará más fácil asimilar la información, a partir de los elementos de referencia que ya conocen los espectadores.

En un diálogo del personaje de Marifer, esta menciona: ¡Porque eres mujer fuerte sexo débil!; en relación con el contexto de equidad de género que vivimos actualmente, es básicamente una referencia en forma de burla a la realidad cultural de las mujeres; estas que quieren destacar en cualquier ámbito laboral

que siendo mujer fuerte cuando pertenece al supuesto “sexo débil”, además una burla a la única mujer candidata en este periodo.⁴¹

En la siguiente escena aparece Doña Margara y el Bronco con el siguiente diálogo:

Bronco. - Tons que doña margara, ¿ya le menió ai pa' darne su firma?, la necesito pa' mi candidatura independiente (sic). Doña margara. - Todavía no don bronco; Bronco.- Ahh chinga ¿por qué no?; Doña margara.- ¡Porque es una chinga! Con todo respeto, primero no le entendí ni madres a eso de la pinche aplicación, luego tuve que tomarle una foto a mi credencial de elector, escanear mi firma, comerme todas las galletitas antes de que me atraparan los fantasmas (de fondo música que simula un videojuego), y ahora tengo que rescatar a la princesa del dragón (suena nuevamente música de videojuego de 8 bits de fondo), ¡Ay, ya llegué al segundo nivel!; Bronco.- ¡¿Ya puede darne su firma?!; Doña margara.- ¡No!, el segundo nivel es solo para diputados, para presidente tengo que llegar al tercer nivel, en donde tengo que matar a 3 dinosaurios (PRI, PAN, PRD) antes de que me maten aventándome tarjetitas de soriana los cabrones (El privilegio de mandar, 2017).

Figura 8: Doña Margara discute con el Bronco



Doña Margara como representación defensora del pueblo ante el Bronco en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

⁴¹ Podemos mencionar a Marichuy, la mujer indígena que no pudo reunir todas las firmas para ser candidata a la presidencia en este periodo.

Doña Margara es uno de los personajes principales, y en quien recae el elemento identificador de la cultura popular, es una quesadillera mal hablada, obviamente todos estos elementos discursivos que vemos en la imagen como su mandil, el puesto y la lona publicitando los típicos antojitos mexicanos, están exagerados y deformados en sus escenarios, digamos que denigran la dignidad de las personas que ejercen este oficio.

Al mostrar los elementos de tal manera, se produce una burla hacia la sociedad trabajadora porque la toman como referente y la exageran en su estado más peyorativo, además de la carga grotesca y grosera de los contenidos del lenguaje.

Figura 9: Representan a EPN nervioso, confundido y ocurrente



Una de las caracterizaciones más burlescas en la serie de televisión "El privilegio de mandar".
Fuente: Blim TV. (2017).

Se mencionó anteriormente que, durante la candidatura de Enrique Peña Nieto en 2012, no hubo serie y eso podría ser casualidad, pero después de su sexenio, la serie volvió con un nivel de burla más ofensivo, donde se caricaturizó su estatura,

el copete, las facciones, el nerviosismo y confusión que le caracterizaron en público durante su periodo presidencial.

El traje que le queda más grande y los gestos que hace, promueve que el espectador se burle no solo del personaje sino de la persona en sí, ya que las exageraciones hacen obvio el sentido de su aspecto y personalidad para identificar elementos y motivar la burla.

Es así como se mantiene la atención del espectador, dando por supuesto que conoce en imágenes al verdadero Enrique Peña, presidente que fue muy cuestionado por la prensa y por una gran parte de la población por su manera de ser y las decisiones que tomó en su gestión.

Figura 10: Primera aparición de AMLO en la serie



Figura retórica audiovisual de burla hacia AMLO y el avión presidencial en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

En esta imagen vemos cómo muestran los personajes en cada escena: Andrés Manuel López Obrador, uno de los que mejor caracterizados en la serie. En esta escena se le ve vendiendo el avión presidencial, en este caso para que funcione la

burla se destacan escenas y diálogos retomados en los medios de comunicación y en las giras y propuestas de campaña.

Para estas escenas se estudian a profundidad las características de la personalidad de cada personaje, incluso la voz se practica para asemejarse lo más posible, asegurando un toque de exageración que hace referencia a la vida real. El peinado y pelo cano, la guayabera, el pantalón caqui, la voz rasposa y tabasqueña, además de los ademanes con la mano y con el dedo levantado, se aprecian en esta imagen, esos elementos son los que se estudian para dar vida al personaje. Se hace obvio en la imagen la burla de sus actos porque se muestra la superposición de AMLO, este se encuentra por encima del avión, esa posición de altura con el avión fue un elemento de lenguaje visual que podría desconocer el espectador, pero que alude a una voluntad superior de Andrés Manuel, que está por encima de lo institucional; se muestra una pretensión a la presidencia como sucede con el avión presidencial.

Además del micrófono en mano, AMLO en ese entonces candidato presidencial, es conferencista en mítines políticos, tal escena demuestra burla a sus aptitudes como *showman*. Frases como: *-este avión no lo tiene ni Obama-* son elementos de burla que se sugiere al espectador identificar.

Lo que han creado como purulenta crítica y “protesta” se evidencia con diálogos como *“este avión, ha transportado pollo, patos, chivos, borregos, puercos, cochinos, marranos, cerdos, bueno el único que ha volado más alto que este avión, soy yo... en las encuestas”*, esto alude a que en el avión presidencial se han subido presidentes, mandatarios y distinguidas figuras del ámbito político mexicano.

Seguido de una musicalización que refiere burla a partir de un sonido disonante en el momento donde dice que voló más alto que el avión, cuando habla sobre las encuestas, inmediatamente suena un platillo y una tuba muy grave, lo cual indica el estado de ánimo que conlleva el diálogo, disonante para la burla, y un sonido

grave para bajar la dignificación del personaje cuando menciona las encuestas, minimizando así su contienda en las elecciones para ser presidente.

Este recurso no es nuevo, en la serie de *South park*, serie animada estadounidense que contiene un alto grado de sátira social, encontramos capítulos con una carga de imágenes de políticos norteamericanos mencionando palabras similares como: *cerdos*, *me dan asco*, etcétera.

Para una escena siguiente, el personaje de AMLO despierta y hacen alusión al famoso cuento corto de “Y cuando desperté, el dinosaurio aún estaba ahí”, ese dinosaurio hace referencia al partido del PRI y obviamente se expresa una burla hacia la inalcanzable presidencia para Andrés Manuel en ese momento.

Figura 11: AMLO despierta y el dinosaurio aún estaba ahí...



Figura retórica audiovisual que en la burla hace ver por encima del avión presidencial a AMLO en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

En esta escena AMLO le pregunta al dinosaurio quién es, y una voz grave estilo Big Brother le responde “soy la mafia del poder”.

Figura 12: Intento de western amenazando con fотомultas Miguel Ángel Mancera y José Antonio Meade



José Antonio Meade y Miguel Ángel Mancera retandose en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

Figura 13: Meade y Mancera en la estira y afloja de sus fотомultas



José Antonio Meade y Miguel Ángel Mancera retandose en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

En esta imagen se presentan los personajes de Miguel Ángel Mancera y José Antonio Meade con una conversación que alude al tema de las fотомultas.

Figura 14: Primera representación de Donald Trump



De las caracterizaciones más acertadas en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

Figura 15: Alejada representación de Kim Jong-un



De las caracterizaciones menos acertadas en la serie de televisión “El privilegio de mandar”.
Fuente: Blim TV. (2017).

En esta imagen se representa a Kim Jong-un pero no fue tan caracterizado, la única cuestión por la que está aquí es para causar tensión con la escena donde se pelea con Trump.

Figura 16: Pelea entre Trump y Kim Jong-un



Supuesta pelea entre Trump y Kim Jong-un en la serie de televisión "El privilegio de mandar".

Fuente: Blim TV. (2017).

Figura 17: Primera representación de Ricardo Anaya y su compañero



Primera aparición de Ricardo Anaya en la serie de televisión "El privilegio de mandar". Fuente: Blim TV. (2017).

En esta escena aparece Ricardo Anaya, de manera inmediata se presenta a Alejandra Barrales, lo que refiere a una burla anterior del trabajo de una auxiliar de vuelo.

Figura 18: Primera representación de Alejandra Barrales



Ricardo Anaya burlándose de Alejandra Barrales en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

Recordemos que Ariel Rivera nos plantea que el significado de la:

Carcajada: liberación del espectador. - La obra fársica, a nosotros, como espectadores, no necesariamente nos mueve a la risa, en cambio invariablemente nos mueve a un muy alto o muy bajo grado de vergüenza (la cual muchas veces ocultamos con una carcajada) precisamente por atreverse a decir todo cuanto hemos mantenido enérgicamente reprimido, sin decidirnos a expulsarlo. Sin embargo, en muchos de los casos –diríamos en la mitad de las obras fársicas- esta vergüenza, aunada a la profunda satisfacción de descubrir que otros –el autor, sus propios personajes o los actores- sí se han atrevido a expresarse por nosotros, nos produce, por identificación, una intensa felicidad que raya en el placer y un regodeo que fluye en carcajada franca y liberadora –catártica (Rivera, 2004: 225).

Haciendo hincapié en esta idea de Virgilio Ariel Rivera, encontramos que la identificación del contenido popular como las groserías, las palabras altisonantes de fondo, los albures y el doble sentido de la jerga popular mexicana, se presenta constantemente durante las interacciones sociales de diversos tipos, entre amigos, con compañeros de trabajo, en una fiesta etc., pareciera que es parte de una cotidianidad de las clases económicas medio-bajas.

El resto del capítulo las burlas a Mancera y la caída de Pepe Meade en un socavón, o de la parte donde Enrique Peña se le ve bailando con todas las dificultades de su personalidad, lo que se mezcla con escenas del programa de show de la misma empresa, *Bailando por un sueño*. En esta escena hacen alusión a los jueces como parte de un elenco real de periodista en nuestro país. Se escuchan frases como la que dice el personaje de Lolita Cortés: “el vestuario está horrible”, con la exaltación de su personalidad que la caracteriza.

El segundo capítulo está titulado *¡No te equivoques ni te confundas!*, este cuenta hasta la fecha del 22 de julio de 2019 con 1,030,238 vistas. El primer sketch comienza con una burla hacia Enrique Peña Nieto (EPN), aludiendo a que se equivoca en una conferencia de prensa. En el segundo sketch AMLO se encuentra tomando un desayuno y de fondo se muestra una pantalla verde simulando detrás de él una cascada; en determinado momento el agua se acaba y AMLO comenta que eso ¡es culpa de la mafia del poder!, tomando en cuenta que esta reflexión ha replicado en casi todo su discurso político de campaña y después como presidente de la República.

Lo que sorprende es cómo Televisa, siendo una empresa con fines comerciales, sabe que sus convenios políticos y publicitarios son la promoción de productos para de consumo, esta imagen de la cascada, alude justamente al comentario de Andrés Manuel como un señalamiento a la venta y explotación de los recursos naturales por parte de las empresas.

Esta idea nos propone la reflexión en torno a cómo los recursos naturales del país son vendidos o concesionados por los gobiernos en turno haciendo negocios con

empresas privadas y “la mafia del poder” que se ven representadas por las élites mexicanas que controlan los medios de producción.

Para el siguiente sketch vemos una parodia de la película *Los juegos del hambre*, esta película representativa para la cultura de masas, es otro elemento para identificar en la memoria mediática lo que en el sketch llaman *Los Juegos del dedo*.

Figura 19: Cortinilla del Sketch: Juegos del Dedo



Cortinilla de entrada del sketch: Los juegos del dedo, en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

En la entrada de la cortinilla se muestra un dedo medio en el centro del encuadre, este representa una señal obscena porque simula la figura de un falo, lo que sería un elemento de reconocimiento popular, es el dedo que usan para juzgar en *Los juegos del dedo*.

Figura 20: EPN elige por dedazo



EPN decide candidaturas por dedazo en la serie de televisión "El privilegio de mandar". Fuente: Blim TV. (2017).

Tomando el punto de referencia del dedo como señal obscena, pero sin recurrir necesariamente a mostrarlo explícitamente con una mano completa, esto solo se sugiere. En la imagen anterior imagen, el dedo mostrado al espectador, refiere al dedo que elegirá al candidato presidencial, según el sketch además representa otra connotación, lo que peyorativamente se dice que entre los partidos políticos sobre todo en el PRI, que se eligen los candidatos o se conceden puestos por dedazo, donde una persona con mayor jerarquía elige a quien ocupará tal o cual puesto.

En el sketch, EPN empieza a señalar a los prospectos para ser candidatos, al empezar a señalar le pega con el resto del palo que los sujeta en los testículos a Enrique Ochoa Reza, quizá pretendiendo decir algo entre líneas. Al final, esta escena era solo un sueño de EPN y de pronto apareció Trump para cobrarle el

muro que en la vida real quiso que México pagara. Con estas imágenes se muestran elementos que recogen de las expresiones de los candidatos en la vida real, difundidas en los medios de comunicación.

Figura 21: El dedazo de EPN



EPN da su primer dedazo en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

En el siguiente sketch, se encuentran en un museo AMLO y Ochoa Reza parodiando y citando a distintos artistas y obras; cuando llegan a un stand con sopas Campbells, hablan sobre Andy Warhol, pero López Obrador dice que son para los damnificados.

Hay que recordar el terremoto que sucedió en el centro del país el 19 de septiembre del 2017, que para la fecha en que produjeron el capítulo el 19 de noviembre, ya habían pasado dos meses de lo sucedido y quedó mucha gente damnificada, esta referencia de los contextos sociales es sugerente en el sentido de poner entre líneas referencias de la vida real que conecten con la audiencia. Adrés Manuel pide a Ochoa hacer una cadena para llevar la sopa a los

damnificados, pero lo curioso es que Ochoa no tiene a quien pasarle las sopas, sin embargo, sigue aceptando las que le va pasando Andrés Manuel y las va acumulando entre sus brazos.

En ese sentido, esta idea hace referencia a lo que popularmente se dice de muchas colectas nacionales para damnificados, estas que retenía el PRI para hacer sus despensas que tradicionalmente regalan a las personas en épocas de campaña.

Figura 22: Ochoa Reza se abastece de sopa Campbells



Amlo le pasa las sopas Campbells a Ochoa Reza en la serie de televisión "El privilegio de mandar".
Fuente: Blim TV. (2017).

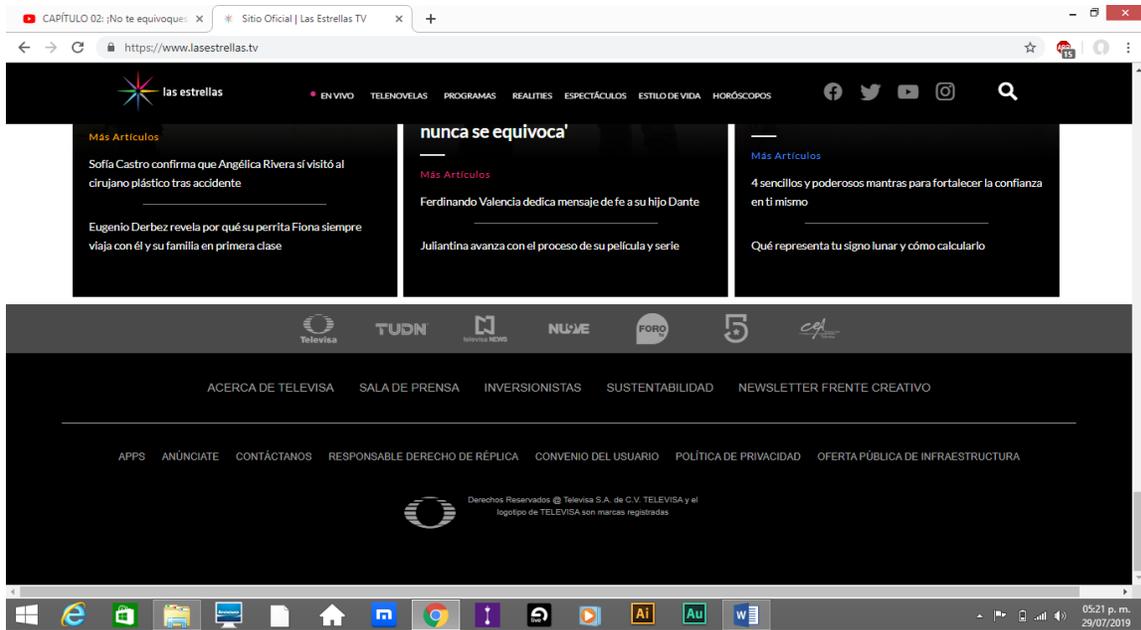
El intercambio de los signos culturales se aprecia en el transcurso de los capítulos de esta serie como una forma de entretenimiento, lo que significa que el tiempo de ocio que invierten las masas para divertirse viendo los capítulos hace que gasten su energía consumiendo el contenido de los capítulos y reciban el intercambio de elementos culturales propuestos y extraídos de la cultura popular pero deformados.

Lo que va del capítulo, que tuvo registro en la fecha del 22 de julio del 2019, tenía 1,030,238 vistas; para el día 29 de julio del 2019 el video contó con 1,030,724 vistas. Cada día las nuevas vistas aumentan aproximadamente 486 nuevas vistas, si se mantiene el curso, en 365 días tendría aproximadamente 177,390 nuevas vistas, mezcladas entre público nuevo y público que volvió a reproducir el capítulo.

En este sentido se considera que los patrones de identificación que se da a partir del intercambio de significados culturales que promueve el entendimiento del chiste en los sketches, se exponen como burla en el material audiovisual. En ese sentido el nivel de calidad que la empresa televisora menciona en su misión queda reducido.

Cabe destacar que aunque la empresa que se llamó *Canal 2*, después *Canal de las Estrellas*, pasó por una publicidad polémica al decir que se terminaba *Televisa*, pero lo que realmente sucedió fue que su canal principal se renombró como *Las Estrellas TV*, sin más confusión, al entrar a su página principal en <https://www.lasestrellas.tv>, encontramos que en realidad se sigue llamando corporativo *Televisa S.A. de C.V.*

Figura 23: Captura de pantalla del portal de Las estrellas tv



Captura de pantalla de la página principal de Las estrellas tv. Fuente: www.lasestrellas.tv. (2019).

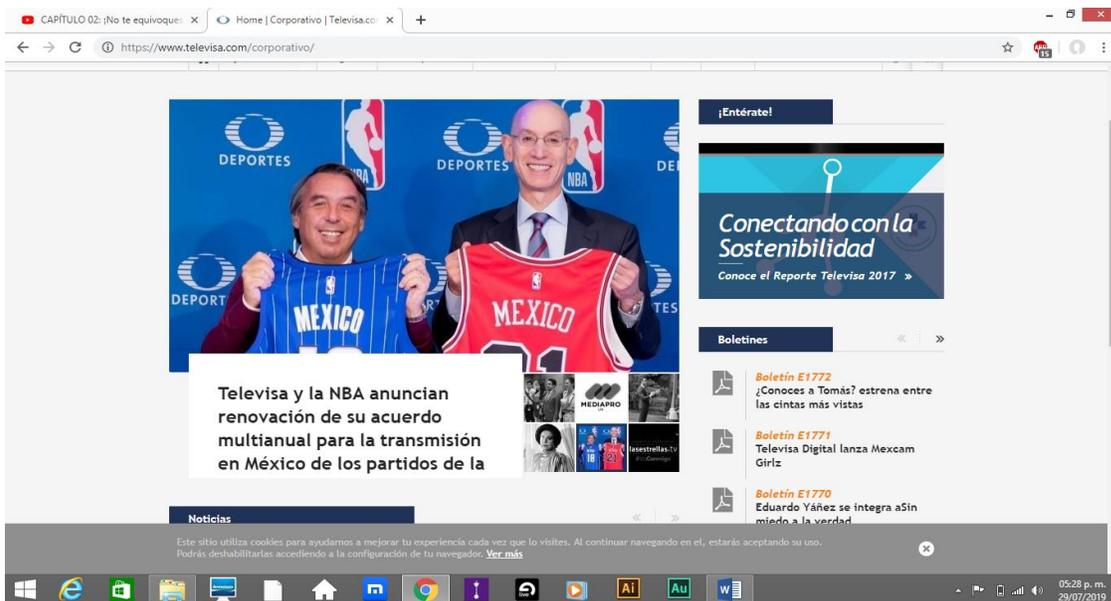
Al darle click al enlace *ACERCA DE TELEVISA*, te redirecciona al sitio web de *TELEVISA/CORPORATIVO* donde se puede leer lo que ya ha sido citado acerca de su misión y visión.

Figura 24: Captura del sitio televisa.com



Captura de pantalla de la página corporativa de Televisa antes de su renovación actual. Fuente: www.televisa.com/corporativo/. (2019).

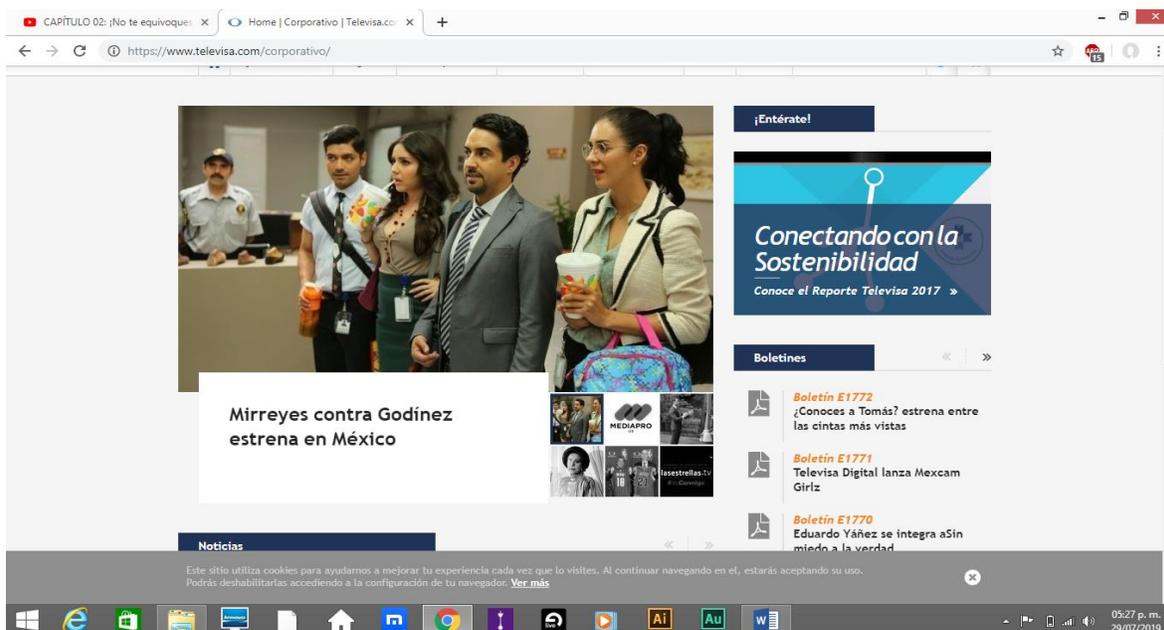
Figura 25: Segunda captura del sitio web de Televisa



Captura de pantalla de la página corporativa de Televisa antes de su renovación actual. Fuente: www.televisa.com/corporativo/. (2019).

Como podemos observar, Televisa anuncia sus convenios y negocios comerciales de publicidad como medio de comunicación.

Figura 26: Captura del contenido hasta ese momento en la página corporativa de televisa



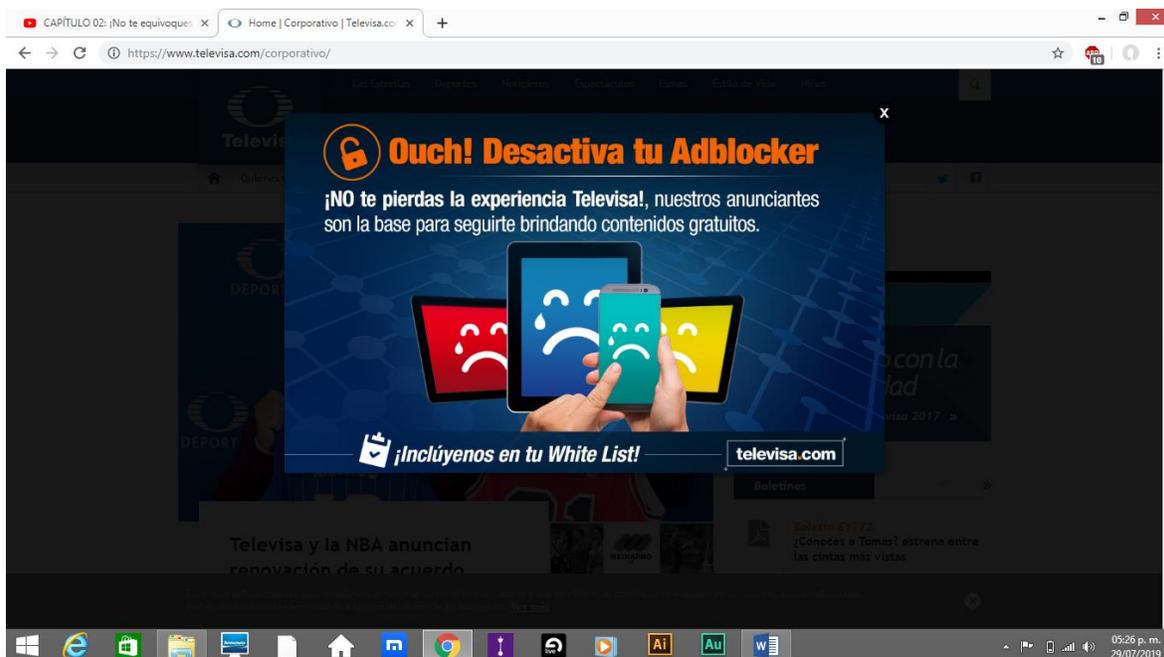
Captura de pantalla de la página corporativa de Televisa antes de su renovación actual. Fuente: www.televisa.com/corporativo/. (2019).

Además, se observa cómo anuncian sus producciones con elementos de nuevas generaciones, bajo el título de la serie que publicitan, en la imagen se ve *Mirreyes contra Godines*.

Estos elementos tienen implícito una idea sobre el consumo a partir de promover ciertas posiciones ideológicas. En el ejemplo de la imagen anterior se puede ver usan estos conceptos de la cultura popular para que las masas de clase media se reconozcan con estos guiños y se sientan identificados a la primera, lo que hace que conecten con la serie, película o melodrama y al final consuman su entretenimiento.

Otro elemento que define la verdadera actividad de la empresa, ésta en la publicidad que aparece en la siguiente imagen:

Figura 27: Captura de pantalla del banner de publicidad



Si tienes bloqueador de anuncios sale este banner en la página corporativa de Televisa antes de su renovación actual. Fuente: www.televisa.com/corporativo/. (2019).

Su mensaje queda claro en el sentido de brindar servicios como *Ad blocker*, donde puedes bloquear la publicidad para que no te salgan anuncios en videos de YouTube, o como en este caso en la página de Televisa. Sin embargo, su principal negocio en que aun cuando aparecen estos banners⁴², su compromiso comercial está por encima de su responsabilidad social.

Regresando al sketch anterior, donde están ciertos diputados aprobando sus bonos de fin de año, hacen la parodia de que en el llamado congreso, seis

⁴² "Un banner es una forma de publicidad en Internet que consiste en incluir una pieza publicitaria gráfica dentro de una página web. Su objetivo fundamental es atraer tráfico hacia el sitio web del anunciante que paga por su inclusión. En principio, cualquier sitio web puede incluir la publicación de banners y otros formatos publicitarios, aunque suelen ser los sitios con contenidos de mayor interés, con una fuerte especialización o con grandes volúmenes de tráfico, los que atraen las mayores inversiones de los anunciantes." Perfil, human level, en: <https://www.humanlevel.com/diccionario-marketing-online/banner>, consultado el 20 de Agosto del 2019.

diputadas en la vida real gritaron una porra, que regularmente se ve en los partidos de fútbol soccer de la liga mexicana *¡ehhhh puto!*. Esta situación como parte del compromiso social que tienen los medios, y no solo Televisa, sino también por ejemplo Tv Azteca, estuvieron promocionando por medio de los cronistas deportivos en los partidos de fútbol que ya no se gritara en los estadios el llamado grito homofóbico.

Contextualizando esta cuestión, para controlar el impacto del grito que se comenzaba a dar en certámenes internacionales y con la efervescencia del discurso de la ideología de género a nivel global, la FIFA prohibió que se gritara en el mundial de Rusia 2018, y a la afición que se le sorprendiera gritando la popular frase, del club de fútbol de dicha afición sería sancionar al equipo.

Por esta razón, durante algún tiempo estuvo prohibido gritar esta frase en los estadios y en el mundial no se oyó la frase, pero ya en el torneo de clausura del 2019 de la Liga MX, se volvió a escuchar el grito sin ninguna represalia al respecto, de hecho, fueron nulos los comentarios de los cronistas deportivos.

Aquí lo importante es destacar que, así como el humor y el albur de la sociedad mexicana se adapta a expresiones culturales, estos llegan a ser parte de los escenarios políticos como en el congreso, donde se supone que debería haber un respeto al discurso político. Tal responsabilidad que el corporativo Televisa se adjudica queda negado cuando hacen parodias sobre frases homófobas para mantenerse en la audiencia.

Recordemos que Ariel Rivera lo expresa de la siguiente manera:

Carcajada liberación del espectador. - La obra fársica, a nosotros como espectadores, no necesariamente nos mueve a la risa, en cambio invariabilmente nos mueve a un muy alto o muy bajo grado de vergüenza (la cual muchas veces ocultamos con una carcajada) [...] (Rivera. V, 2004: 224).

Figura 28: Representación del llamado grito homofóbico en la Cámara de diputados



Representación del llamado grito homofóbico en el pleno, en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

Esta misma escena se puede corroborar con el encabezado de la noticia del periódico Nación 321, <https://www.nacion321.com/congreso/estas-son-las-6-diputadas-federales-que-gritaron-eehh-puto>, ya que como he mencionado, para hacer las parodias de los sketch de la serie, toman elementos de la vida real, de las acciones o inacciones que hacen los personajes de la vida política del país.

Figura 29: Captura de la noticia en el portal nación 321



Portal de noticias Nación 321. Fuente: <https://www.nacion321.com/congreso/estas-son-las-6-diputadas-federales-que-gritaron-eehh-puto>. (2017).

Es posible apreciar que el diputado que se encuentra riendo en la parte superior izquierda de la foto, fue un referente directo para el diputado que sale revestido de azul en la parodia del fragmento de la serie. En el mismo link de la nota se redirecciona al video, fragmento del noticiero de Denise Maerker en donde expone la noticia, se hace referencia.

La cámara de diputados es una institución donde se toman decisiones importantes para el país y así estas instituciones determinan el perfil ideológico de la nación, pero con la problemática que surge en los estadios de fútbol, y las condiciones del debate sobre género, ignoraron el discurso social y decidieron ofender, burlarse y divertirse en la Cámara de Diputados.

Entre las funcionarias que hicieron el famoso grito: *¡ehhhhhhhh puto!*; se encontraba Arlet Mólgora Glover y que en la nota la describen con esta información:

La legisladora es integrante del Comité del Centro de Estudios para el Adelanto de las Mujeres y la Equidad de Género y también forma parte de la Comisión de Alerta de Género. Fue secretaria técnica del gabinete de Quintana Roo cuando era gobernador Roberto Borge Angulo (actualmente preso en Panamá por su presunta participación en operaciones con recursos de procedencia ilícita), además de desempeñarse como subsecretaria de planeación de la Secretaría de Educación del estado. Mólgora Glover también presume un curso de comunicación y relaciones humanas, por lo que sorprende que haya usado el insulto homofóbico contra su compañero de Legislatura. En su cuenta de Twitter, la legisladora aseguró que jamás gritó "puto" y quién si agredió fue el diputado de Morena (Perfil, 2019).

Para concluir, el hecho de que no hubiera repercusiones serias para ninguna persona involucrada en estos hechos, provoca un daño colateral en la ideología política del ciudadano mexicano que se niega a verse representado por este tipo de personajes de la política que solo buscan su beneficio personal; aquí hay ficción política.

Pero entonces ¿Quién tiene la culpa?, ¿Los diputados o legisladores?, ¿La sociedad mexicana? ¿O los medios de comunicación?

Figura 30: Captura del noticiero de Denise Maerker por YouTube



Imagen del noticiero de Denise Maerker en el canal de noticieros televisa en YouTube. Fuente: https://youtu.be/CSAMgb_Z0CU. (2017).

Seguido de eso aparece Doña Margara diciendo que los mexicanos somos unos pendejos. Los siguientes sketches podran ser revisados por curiosidad y entretenimiento del lector. La serie va contando con metáforas y burlas de cómo se dan las relaciones políticas.

Como lo he mencionado retoman cronológicamente alguna noticia que haya surgido de los políticos en los medios para generar su contenido de entretenimiento, además de la sección burlona de *Las mangas del Chaleco*, que es cómico, pero poco educativo.

Entonces la cantidad de referencias del mundo real son extensas, con esas referencias hacen un recuento de los sucesos que se ven en las imágenes que van relatando, tanto las cosas del pasado en la historia política de México, como el seguimiento mediático que los noticieros han hecho de las decisiones de los políticos.

Al fin y al cabo, nos encontraremos siempre alejados del contexto interno de la empresa para saber por qué produjeron tal material con tales características.

Capítulo 3: *Ya es hora!*; en este capítulo contaba con 597,309 vistas el día 04 de agosto de 2019. El capítulo se subió a la plataforma el día 26 de noviembre del 2017. En este capítulo se ven referencias del cine como chistes de la primera temporada del 2006, entre los juegos de palabras que van haciendo se vuelven a encontrar groserías y sonidos que contextualizan mentadas hechas con silbatos, percusiones o sonidos que aluden a emociones, sorpresa o ilusión.

Figura 31: Expresión comparativa de Trump



Caracterización expresiones y rasgos acertados de Donald Trump en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

Para observar el nivel de similitud de los personajes de la serie y los de la vida real, vemos a Trump con sus párpados más blancos; los gestos, la forma de la boca, las líneas de expresión entre las comisuras de los labios, el peinado, el cabello, las cejas, la ropa y actitud. Todo ello se ve representado en las caracterizaciones.

Figura 32: Comparación de la foto del Trump real



Caracterización de las expresiones de Donald Trump en una foto real. Fuente: https://www.religiondigital.org/america/delirio-mesiano-Trump-evangelios-derechas-EEUU_0_2152284756.html. (2019)

Capítulo 4: *El señoritingo tricolor*, para contextualizar un poco, hubo noticias que mostraron al verdadero Andrés Manuel López Obrador en un mitin político en Tacámbaro, Michoacán, llamando señoritingo, títere y pelele a José Antonio Meade.

Parte del discurso que Obrador ha fundado sobre bases discursivas que explican mucho el acertijo en la población mexicana. Enjuiciando a varios políticos como traficantes de influencia, que discursivamente se puede ver con el manejo de sus palabras con trasfondo aparentemente más intelectual, y que en determinado punto este llega a tener precisión para lo que quiere identificar, este caso el manejo de relaciones personales dentro del ambiente político.

Sólo quienes viven dentro de ese círculo de la élite de la política mexicana, saben de qué se trata en realidad las relaciones entre políticos, donde se especula que

sólo se acepta a quienes tienen una relación política con otros que los ayudarán a entrar a sus círculos políticos. Gracias a ello los políticos han podido llegar a puestos públicos, quizá recomendados por familiares o amigos, haciendo lo que llaman como compadrazgo y así para escalar en puestos políticos, también conocido como tráfico de influencias.

Esa es la parte del discurso que retoman en la serie para hacer sus parodias, sin llegar a un trasfondo teórico, sin explicar conceptos, sin generar conciencia, sin responsabilidad social y sólo aludiendo a una simple burla.

El mal está en el efecto de reverberación de la opinión pública, es decir, porque la idea se repite en el lenguaje, en las conversaciones o con memes en redes sociales hasta que se va diluyendo poco a poco la idea. De esta manera, la idea, como si fuera el efecto acústico de la reverberación, viaja por el aire desde su inicio hasta que poco a poco se va acabando cuando las personas dejan de opinar y verbalizar la idea.

Figura 33: AMLO llama señoritingo a Meade



Meeting donde Amlo dice: señoritingo. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=ec4uVxylwqA>. (2017).

Hasta este punto, se puede dar cuenta que la consecución de las imágenes otorga una dinámica al significado que trata de expresarse en este texto, es ir ensayando las formas en que se lee la realidad tanto en el lenguaje escrito como en el lenguaje visual. La representación abstracta de la información que se genera con la comunicación, puede satisfacer necesidades usando como medio el lenguaje, los pensamientos que surgen de una idea descrita oralmente y hacen converger en el entendimiento de las personas, hay una asociación de las palabras y las cosas, porque de las cosas viene el significado.

Las cosas son el significante y la palabra el significado. Y como las palabras son las que configuran el lenguaje, podemos expresar ideas, tener pensamientos, tener diálogos con uno mismo como interlocutor. Según la RAE es “cada una de las personas que toman parte en un diálogo”.⁴³

Pero para seguir con el capítulo 4 de la serie, *El señoritingo tricolor*, se muestra en la imagen cómo tratan el tema de José Antonio Meade, excandidato a la presidencia, y hacen una disminución de su caracterización. De aquí en adelante le pido al lector o lectora que ponga atención en los rasgos del Meade de la parodia y verá que casi no se parece más que en algunas gesticulaciones, pero la característica más distintiva es la del vitiligo, que además en la vida real la usó como eslogan para decir que: *no tenía ninguna mancha más que el vitiligo*.

Siendo posiblemente una de las caracterizaciones que pudieron exagerar para caricaturizar al personaje y no lo hicieron, eso es un signo de que las reglas del juego de poder en este caso de la burla, ataca más fuertemente a ciertos personajes más que a otros, es importante mencionar que en el caso de Meade es priista.

⁴³ Real Academia Española, Diccionario de la lengua española (2019), en: <https://dle.rae.es/?id=NYZSvja>, consultado el 25 de Agosto de 2019.

Figura 34: Destape al dedazo de Meade



Prominente dedo para destapar la candidatura de Meade en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

Para ser más preciso, las manchas blancas en los párpados alrededor de los ojos de Trump, sí están más caracterizados que las manchas blancas alrededor de la boca de Meade.

En los casos de Andrés Manuel y Anaya sí los caracterizan más, y de Enrique Peña podemos decir que una exageración. Si bien no hubo serie en toda la época de su campaña para presidente, si la hubo en las vísperas de acabar su administración, donde se le ridiculizó con su estatura, su aspecto físico, el copete y su *“ineptitud inocente”* que tenía en todas las conferencias, incluso aprovechándose de ello para seguir en el *show business*.

Las referencias del discurso público son maleables en el contexto de esta empresa televisiva.

Figura 35: Destape de Meade en la vida real



Presentación de Meade para candidato a la presidencia en la vida real. Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=TNUvKFRlg_0. (2017).

Sugiero que con los elementos teóricos que he abordado hasta aquí, se haga los comparativos entre las imágenes que se presentan en la serie con la tomada de la realidad.

Figura 36: EPN reconoce a Meade como candidato a la presidencia en la vida real



Presentación de Meade para candidato a la presidencia en la vida real. Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=TNUvKFRlg_0. (2017).

De los datos que pueden surgir del análisis de estos elementos de la serie, tenemos el elemento fálico, representado con el dedo índice de Enrique Peña en los sketches referidos anteriormente. El personaje nos muestra el dedo en una posición en la que simula una señal obscena, casualmente en ese momento en el diálogo pronuncia la palabra nación, y pone el dedo en esa posición, entonces el televidente está recibiendo directamente la señal ofensiva cuando se nombra a la nación. Cabe recordar que ningún elemento es puesto al azar y que este siempre está dispuesto de manera premeditada.

En el episodio se vuelven a escuchar frases como: la mafia del poder; mafia de la que forman parte los que también son llamados: traficantes de influencia.

Figura 37: El dedazo



EPN ficticio enseña su dedo artificial en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

Capítulo 05: *De ojos, ojete y otras linduras*; en este capítulo lo más destacable es que el personaje de Andrés Manuel ahora llama ojete a la mafia del poder.



Sheinbaum y AMLO cargando busto de Benito Juárez en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

En la imagen de arriba se observa chueca la cabeza de Benito Juárez, las rayas inclinadas y los objetos en grupos de tres, según María Acaso en *El lenguaje visual*, este forma parte de una composición dinámica en la imagen que significa conflicto, además de tener un elemento incompleto que es el busto de Benito Juárez, que es quien está inclinado y sostenido por las manos de Andrés Manuel y Claudia Sheinbaum.

En el lenguaje cinematográfico el plano aberrante, o plano holandés, es utilizado para generar en la retórica visual un sentido que rompa el equilibrio con el horizonte de la foto, y se usa para transmitir escenarios de locura, peligro, o que algo no está bien. Así como las rayas inclinadas u objetos huecos como el busto de Benito Juárez, le quitan estabilidad a todo su contexto histórico como elemento narrativo dentro de la escena puesto en esa posición.

El busto de Juárez, como elemento narrativo que tergiversa el uso retórico que AMLO tiene en su discurso de la vida real, mencionando las *Leyes de reforma* de

Benito Juárez, pero en la parodia de la serie, sólo lo toma como elemento de identificación para pasar el ícono de Juárez casi cayéndose de sus manos a las manos de Claudia Sheinbaum.

Recordemos que para la RAE tergiversar es: “Dar una interpretación forzada o errónea a palabras o acontecimientos”⁴⁴; y eso se les sugiere a los espectadores, interpretar de manera errónea los sucesos de la vida real a partir de la burla que provocan estas producciones de significados.

Como dato adicional, el programa fue subido a la plataforma el 10 de diciembre del 2017, y luego como una extraña coincidencia el 21 de marzo de 2018 salió la noticia de una estatua deformada que hicieron de Benito Juárez para celebrar su 213 natalicio en San Luis Potosí. Esta nota puede verse en el vídeo del noticiero con Denise Maerker y se puede observar la semejanza de las estatuas tiempo después en la realidad.

Figura 39: Mágica similitud de un suceso en la vida real varios años después



Busto de Benito Juárez muy artesanal en la vida real. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=XWGeYrHOMD4>. (2019).

⁴⁴ Real Academia Española, Diccionario de la lengua española (2019), en: <https://dle.rae.es/tergiversa>, consultado el 27 de Agosto de 2019.

Como punto de referencia, el elemento extraído de la vida real fomenta la burla y la identificación de la fealdad con la estatua que alcanzó popularidad en redes sociales. En la imagen se muestra un meme con el montaje de la cabeza del busto de Juárez y la escenificación del clímax de la película E.T de Steven Spielberg:

Figura 40: Meme del Busto de Juárez



Desatadas las polémicas en redes sociales del Busto de Benito Juárez en la vida real. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=XWGeyrHOMD4>. (2019).

Estas imágenes pueden ser una prueba abstracta de la sutil influencia del poder del discurso global insertado en la mentalidad colectiva.

En televisión abierta y con disposición de ser consumida de manera masiva, ¡el siguiente sketch muestra la escena donde avientan a una mujer diciendo a chingar a su madre!, otro elemento que seguro muchos niños y niñas vieron.

Figura 41: Barrales es aventada de avión 1



Barrales ficticia es aventada del avión en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

Figura 42: Barrales es aventada de avión 2



Barrales ficticia es aventada del avión en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

Figura 43: Barrales es aventada de avión 3



Barrales ficticia es aventada del avión en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

El capítulo 6: *¡Nos cayó Deschamps!*; lo más destacable es ver el sketch donde AMLO hace la escenificación de la aparición de la virgen de Guadalupe frente a Juan Diego.

Cabe destacar que, en la realidad, el partido al que pertenece AMLO es Morena (Movimiento de Regeneración Nacional), y los elementos que lograron identificar el discurso del partido con la población de México fueron que “morena” es el color de piel de la Virgen de Guadalupe conocida como la morenita del Tepeyac, la piel de Juan Diego es morena, lo cual se identifica con la propia piel de la mayor parte de la población.

De manera inconsciente, los obreros pueden sentirse identificados por el apellido Obrador, que es muy parecido a la palabra obrero, y el sentido cristiano o católico de buen obrador que a su vez forma parte del arquetipo identificable en el contexto discursivo de Andrés Manuel. Esto ayuda a conectar con sus seguidores y ello

ayuda a dar seguimiento a la idea de mantenerse presente en la cabeza de las multitudes.

Extraído del libro de *Diccionario crítico de cultura política: cultura e imaginario* de Teixeira Coelho (2004), el significado de arquetipo nos dice que:

Sistema de potencialidades de la psique. La forma arquetípica o imagen primordial, proporcionada por el inconsciente, es en sí misma una forma vacía que, para hacerse sensible a la conciencia, es completada con elementos conexos análogos. El arquetipo es una forma dinámica, una estructura que organiza las imágenes, siempre siguiendo más allá de las concreciones individuales, biográficas, regionales y sociales que interfieren en su formación. Puede ser entendido también como redistribución funcional para que el objetivo produzca ideas iguales o semejantes. Estas formas vacías, existentes a priori, pueden generar ideas o contextos prácticamente idénticos en los diversos individuos o grupos, sin que se pueda atribuir su manifestación a alguna experiencia individual concreta. Son componentes estructurales de la psique (lo cual significa que el sujeto o grupo es impulsado tanto por ellos como por el instinto) y poseen cierta autonomía y energía específica, gracias a las cuales pueden atraer los contenidos del consciente adecuados a ellos. Existe una distinción entre los arquetipos genotípicos que involucran a los modelos de aprendizaje y de *imprinting* correspondientes a los *schémes*, (**Schémes*: Se conserva como en el original en francés, para no distorsionar el sentido que le da el autor. (N. de la t.) y los arquetipos fenotípicos, que engendran las imágenes simbólicas, así como las constelaciones de imágenes simbólicas que proporcionan, entre otros, los mitos (Coelho, 2004: 42).

De todos esos elementos que conforman el sketch, también se forma la realidad del discurso de Andrés Manuel y es en la praxis una ideología a nivel nacional.

Derivado de esos elementos significantes, la gente acude por identificación a la preferencia de este personaje político. Esta identificación inconsciente se da por las palabras que existen dentro del discurso de AMLO: Morena, Obrador, también se vincula a la muy posible situación de que la gente a nivel de la cultura popular se sienta familiarizada por la evocación fonética de las palabras y sus significados.

Así funciona el arquetipo, se acude a un fenómeno discursivo de la descripción de la realidad de las clases dominadas a partir de las palabras que conllevan

múltiples significados e imágenes, por tanto, se sienten identificados y conmovidos por ellas.

En los juegos de palabras que la publicidad de campaña que por tantos años hizo Andrés Manuel López Obrador, cada uno de los elementos aquí analizados fueron puestos de manera premeditada, puestas a voluntad con una referencia de análisis tomada de las masas.

También como referente y para conocimiento de las ciencias sociales, los políticos sí forman sus agrupaciones cómo élites, con dueños de los medios de comunicación donde habrá una producción ideológica.

El sentido de lo que se dice, al ser analizado, tiene dos vertientes que son muy parecidas a la propuesta de análisis que ofrece María Acaso (2009) cuando habla del mensaje latente y el mensaje manifiesto. El discurso hablado y expresado fonética y facialmente es el que llega al oído en forma de palabras expresadas y el contenido entendido por la mayoría de la gente no suele ser técnico o teórico, sino más bien, público: este es el mensaje manifiesto.

Por otro lado, también se manifiestan ideas expresadas con una profundidad de lectura un poco más alta, donde se entiende distintos sentidos en los en que se pudiera presentar el mensaje para ser analizado como discurso ideológico, es decir el mensaje latente.

El ejercicio que proponemos en este escrito es justamente el juego en el rol que tienen las palabras como objetos, sujetas a interpretación en la interacción entre ellas o como pasajes de una obra literaria.

De esa manera también influye en el discurso público, referente a la política, que hace que existan relaciones entre conceptos tanto del ámbito teórico, como en el ámbito meramente cultural. El cómo se conjugan los elementos de la sociedad, donde se identifica la conciencia colectiva.

Figura 44: AMLO-Juan Diego



Adaptación de AMLO en Juan Diego en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2017).

El capítulo contaba con 718,233 vistas con fecha del 19/08/19: En este capítulo se escuchan mentadas de madre en los efectos de sonido, groserías en los diálogos y distintos juegos de palabras como: la oración que dice Andrés Manuel con Claudia Sheinbaum.

Haciendo la parodia del padre nuestro (oración católica) que al terminar dice: libranos del bien y el mal; ellos en la parodia dicen: líbranos del PRIAN; poniendo entonces en el rol del mal a los partidos PRI y PAN, haciendo obvia la oración del padre nuestro como elemento de identificación.

Ese dato muestra una de tantas curiosidades que ofrece la serie para encontrar elementos de identificación por parte del espectador, que distraen su energía para pensar en distracción.

Capítulo 07: *Una fábula político electoral*, y que a la fecha del 19/08/19 contaba con 476,233 vistas. Lo que resulta importante destacar del capítulo es la asociación que hacen de la tradición navideña de los tres reyes magos, por supuesto una directa identificación de elementos icónicos de los tres reyes magos que fueron ocupados por los tres candidatos a la presidencia del 2018.

Este capítulo fue transmitido el 7 de enero del 2018, después del día de reyes magos, creando así la fantasía de que los reyes magos mágicamente llegan a poner juguetes a las casas el seis de enero. Los reyes magos son un elemento muy destacable de la cultura popular en México.

Figura 45: Los Reyes Magos



Adaptación de los tres reyes magos en la serie de televisión "El privilegio de mandar". Fuente: Blim TV. (2018).

Se puede observar que quien va a la cabeza es Andrés Manuel.

En otro de los sketches del capítulo 7, el personaje de EPN⁴⁵ hace la parodia del diablito de *Derbez en cuando*, programa clásico de comedia de Televisa dirigido por el comediante Eugenio Derbez.

El diablito es un personaje que aprieta un botón para hacer tropezar o fallar a las personas en ciertas circunstancias, obviamente son videos de algún accidente vergonzoso para provocar risa y lo conjugan con el elemento narrativo del diablito quien tiene el control del destino cada vez que aprieta el botón.

En este caso, los videos que se entrelazan son de los *bloopers* del sketch que en el cine se hicieron populares porque son fragmentos de las grabaciones que no salieron bien o que se equivocaron los actores y salen al final, como una pequeña muestra del detrás de cámaras mostrando cómo a los actores no le sale a la primera su actuación, se equivocan y provocan risa.

El *blooper* que se va a mostrar en la imagen confirma lo que en el análisis de alguno de los anteriores capítulos les comentaba, que el dedo prominente para nombrar el destape de Meade por parte de EPN propuse la idea de que el dedo lo ocupan como un elemento que tiene relación fálica, pues en uno de los *bloopers* lo confirman explícitamente.

⁴⁵ Enrique Peña Nieto.

Figura 46: Representación fálica



Retóricas del albur en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2018).

Capítulo 8: *¡Ya era hora!*, que cuenta con 391,693 vistas con registro en la fecha 30/08/19.

Figura 47: Representación de Yuawi



Yuawi ficticio en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2018).

Uno de los mejores sketches es la parodia de Yuawi, el niño huichol que fue muy conocido al hacerse viral por ser la voz e imagen del spot propagandístico del partido político Movimiento Ciudadano. Este partido invirtió mucho dinero para hacer toda la producción de su campaña para las elecciones del 2018.

Además de que estaba en coalición con el PAN, con quienes presentaron un tema musical para su campaña, la famosa canción de *Movimiento naranja* interpretada por Yuawi, quien apareció por primera vez en televisión en un concurso de TV Azteca que se llamó *La Academia Kids*.

La canción fue compuesta por un productor musical de Guadalajara llamado Moy Barba, la canción se lanzó, pero para la evolución de su melodía y coro llegado el año 2017 empezó a generar mucho impacto propagandístico en las campañas electorales. La idea de crear una melodía que se insertará en la mente de las personas al partido de Movimiento Naranja mediante la tonadilla de la canción.

Esto puede relacionarse con una anécdota que tuve al ir a comprar tacos afuera de una iglesia conocida como *El Ranchito* en el centro de la ciudad de Toluca. Esa noche se me presentó un fenómeno muy común en la gente a partir de esta canción. Unas 6 o 7 personas que estaban entre los 10 y los 17 años, divirtiéndose al parecer en familia, bailando y cantando la famosa canción de *Movimiento naranja*.

Esas personas estaban bailando, carcajeándose y cantando la canción a manera de performance, sin que ellos se dieran cuenta (porque lo hacían por diversión), de que el poder del discurso actuaba sobre la disposición de sus cuerpos, de lo que hacen por imitación y por publicitar la información de la propaganda política del partido Movimiento Naranja en coalición con el PAN.

Figura 48: Yuawi real en propaganda política



Yuawi real cantando el temazo de “Movimiento Naranja”. Fuente: <https://youtu.be/Ti2pA5JgrMI>. (2018).

El coro de la canción original dice:

Movimiento naranja
el futuro está en tus manos
movimiento naranja
movimiento ciudadano.

La canción editada para el spot inicia con el coro, es algo completamente premeditado, pues hoy en día la industria de la música tiene como estrategia

componer canciones en las cuales el coro salga como máximo a los 30 segundos para así llamar la atención de las y los oyentes, lo cual logre penetrar en las conciencias de tal manera que las ideas se vean plasmadas en una pegajosa melodía.

La canción del spot es pegadiza, pero para concluir con el estudio de este fragmento del episodio 8, los elementos que se relacionan con lo mediático de la campaña y el coro de la versión de televisa que parodió la canción como un elemento de identificación para el espectador, decía:

Movimiento marmaja

te quitamos tu dinero

aquí nadie trabaja

la flojera es lo primero.

Capítulo 09: *Vamos a ver, dijo el ciego*; video que contaba con 966,247 vistas con registro en la fecha 30/08/19.

Figura 49: EPN Centro de Aeronáutica



EPN en conferencia. Fuente: https://youtu.be/PtR_2mCpDPU. (2018).

Desde el primer sketch se ve cómo toman los elementos de la realidad mediática para recrear su interpretación y posterior reproducción de significados, con los elementos de identificación de las noticias, por ejemplo el comunicado de la inauguración del edificio del Centro Nacional de Tecnologías Aeronáuticas de Querétaro.

Figura 50: EPN ficticio en centro de aeronáutica



Representación de EPN en Centro Nacional de Tecnologías Aeronáuticas en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2018).

Antes del capítulo 10 se hizo un programa especial con el eslogan *El privilegio de mandar ataca de nuevo*. En ese programa especial aparecen fragmentos de las parodias de la temporada anterior del 2006 y también sketches de los personajes de esta última temporada.

Lo curioso es que en uno de los sketches donde sale Doña Margara diciendo: - esas son chingaderas-; lo censuran, mientras que en la transmisi3n original sí dijo esa expresi3n tal cual.

Capítulo 10: *ıYuawi superstar!*; y que tenía 967,048 vistas; el registro fue extraído el 30/08/19.

Figura 51: Nueva cortinilla de inicio



Nueva cortinilla de inicio en la serie de televisión "El privilegio de mandar". Fuente: Blim TV. (2018).

En esta imagen se muestra a partir del décimo capítulo y empiezan a mencionar el nuevo eslogan de la serie, y con justificada razón la adopción de elementos de la realidad, que si bien en la serie se burlan, debido al juego de palabras, también nos dan a entender lo que muy sospechosamente se conoce en la sabiduría popular, *la realidad supera a la ficción*.

Pero en la política mexicana la burla está en la realidad y la serie sólo es un reflejo tergiversado de la verdad política de México.

Otro elemento destacable en este capítulo es que aparece por segunda ocasión el personaje del Indio Brayan, que es el elemento que representa icónicamente a los indígenas y se burla de lo que hace el mexicano de clase media y clase alta a este grupo social.

Por supuesto ha estado latente esta manifestación discriminatoria en la cultura mexicana desde épocas coloniales donde lastimosamente perdura hasta nuestros días, así como insultar a los indígenas o gente pobre o de pueblo con el sentido peyorativo de indio.

Y justamente dentro de los diálogos en el contexto del sketch del Indio Brayan donde saca su teléfono para ver el muro de noticias en Twitter, para lo cual se sobresalta de curiosidad Doña Márgara, entonces en forma de burla y crítica a las personas que forman parte de ese estrato social, el Indio Brayan responde: - ¿Qué?, ¿El indio no puede tener *Twiser*? -.

Otro elemento del lenguaje de identificación para el espectador es que el primer nombre del personaje es indio y como segunda parte el nombre Brayan, ya que Brayan es un nombre que se ha generalizado para nombrar a hijos en las clases populares de barrio en México.

En redes sociales se ha hecho también burla de esta situación, para que se entienda la ironía a la que me refiero se citaran los siguientes nombres para captar el sentido de lo que se está diciendo: La Britany, El Maicol, El Brandon, etc...

Figura 52: Doña Margara Francisca y El Indio Brayan: El pobre no puede tener Twister



Violencia cultural en la serie de televisión "El privilegio de mandar". Fuente: Blim TV. (2018).

Luego para ver otro ejemplo de violencia cultural, llega el policía a pegarle al Indio Brayan justificando su acción mencionando la nueva ley de seguridad interior.

Figura 53: Policía golpea a El Indio Brayan



Violencia estructural representando violencia directa en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2018).

Eso es una manera de atacar simbólicamente a las clases populares y permitir que la fuerza estatal lo haga, lo cual no es ético, ya que en el intercambio de significados culturales y el televidente puede normalizar estas actitudes vistas en los medios en son de burla.

La televisión institucionaliza estos comportamientos lo que implica que el interés público normalice las acciones que aparecen en pantalla, mientras que el televidente mira como un ejemplo irrisorio a la violencia.

Capítulo 11: *Elba Esther está de vuelta*; que contaba con 907,863 vistas, con el registro tomado el 30/08/19.

Tómese en cuenta que el número de visitas aumenta cada día.

Figura 54: Peje y El Cuau



El Cuau ganó y AMLO en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2018).

Aquí el contraste de la realidad se empieza a tornar absurdo, el ex jugador de soccer Cuauhtémoc Blanco, presidente municipal de Cuernavaca Morelos, pasó a ser candidato donde tiempo después ganó su candidatura como gobernador.

Ahí tiene sentido el eslogan de: *esta historia es una ficción, cualquier semejanza con la realidad es culpa... de la realidad.*

Tal vez tratan de hacernos reflexionar seriamente acerca de cuán bufonesca es la información mediática de todos los políticos que se conocen a través de los noticieros, se puede ver esta condición en el Estado de Morelos, donde se eligió a un candidato a gobernador sin la formación necesaria para ejercer la administración pública y conocer la teoría política, solo por ser un exfutbolista se robó el corazón de las masas, ciudadanos del Estado de Morelos.

Cabe destacar que Cuauhtémoc Blanco en varias ocasiones actuó de manera antideportiva en su ámbito futbolístico y que es del Barrio Bravo de Tepito de donde es originario.

Figura 55: AMLO y El Cuau gobernador en la vida real



El Cuau Y AMLO en la vida real. Fuente: <https://youtu.be/R9y6oE1SwGA>. (2018).

Figura 56: La escolita de Trump



Representación de Trump educando a los candidatos en la serie de televisión "El privilegio de mandar". Fuente: Blim TV. (2018).

Figura 57: Trump real



Trump en la vida real. Fuente: <https://fabiosa.es/lbwkr-ctent-rsnsz-aufcr-pbfc-melania-trump-saludo-veteranos/>. (2018).

Capítulo 12: *Si cupido tuviera fuero*; que contaba con 731,090 vistas el día 30/08/19.

Un capítulo genérico, en donde lo más destacable es la burla que hacen de Marcelo Ebrard.

Figura 58: Adaptación burlona y acertada de Ebrard



AMLO habló por teléfono con Ebrard en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2018).

Figura 59: Ebrard real



Foto de Ebrard en la vida real. Fuente: <https://www.24-horas.mx/2019/05/30/marcelo-ebard-confirma-viaje-a-washington-por-aranceles-de-trump/>. (2018).

Capítulo 13: *Un espía, un bailarín y un vaquero*; que contaba con 466,510 vistas, con registro el primero de septiembre del 2019.

Figura 60: Anaya Perseguido



Anaya es acosado por los del CISEN. Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=dXACOmm9CSY&ab_channel=NoticierosTelevisa. (2018).

Lo más relevante del capítulo fue la parodia de que Anaya publicó un video diciendo que lo perseguían los del CISEN.

Figura 61: Anaya paranoico



Representación de la persecución de Anaya en la serie de televisión “El privilegio de mandar”.
Fuente: Blim TV. (2018).

Capítulo 14: *¿Por qué tiene Anaya billetes en lavadora?*; que contaba con 641,211 vistas con registro el primero de septiembre del 2019.

Figura 62: Lavadora de Anaya

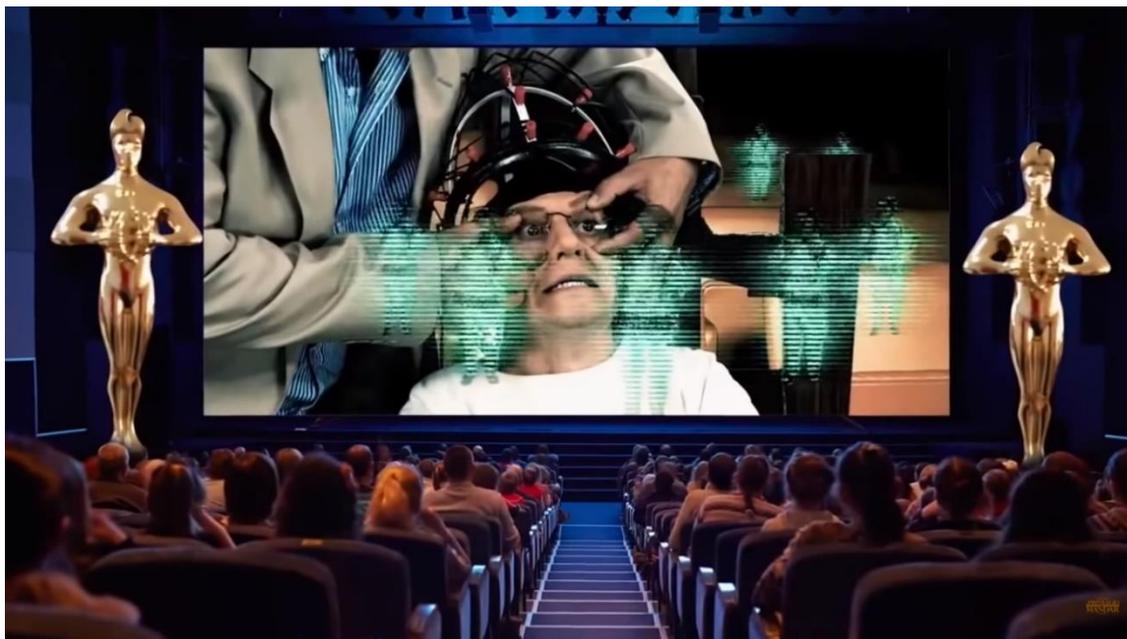


Representación del lavado de dinero de Anaya en la serie de televisión “El privilegio de mandar”.
Fuente: Blim TV. (2018).

Aquí vemos una representación metafórica de lo que se le acusaba Ricardo Anaya, de lavado de dinero con una empresa fantasma.

Capítulo 15: *Es la entrega de... ¡los quiques!*; que contaba con 486,845 vistas registradas el primero de septiembre del 2019.

Figura 63: Los quiques



Representación de la película "La naranja mecánica" en la serie de televisión "El privilegio de mandar". Fuente: Blim TV. (2018).

Figura 64: AMLO exorcista



Representación de la película "El exorcista" en la serie de televisión "El privilegio de mandar". Fuente: Blim TV. (2018).

En las imágenes se ven las referencias de las películas *La naranja mecánica* y *El exorcista*.

Capítulo 16: *¡Llevamos al Peje al psicólogo!*; que contaba con 793,307 vistas registradas el 1 de septiembre de 2019.

Figura 65: Salinas es política ficción



Concepto política ficción citado en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2018).

Carlos Salinas ficticio y el concepto de Política Ficción.

Hay que tomar en cuenta que el estilo periodístico de la política mexicana, lleva ya el formato de la burla y con esto generan entretenimiento, como las noticias que daba Nacho Lozano en *De pisa y corre* en el canal Imagen y que hay links de una sección de noticias de Uno Tv que conducía y que se llamaba Política ficción, que fueron subidos en 2016.⁴⁶

⁴⁶ Perfil De YouTube en: <https://www.youtube.com/watch?v=KrhLGfyLosE>, consultado el 1 de Septiembre de 2019.

Otro dato interesante de este capítulo, es que si usted recuerda que hubo un video viral en las redes sociales, donde una persona de la cultura popular adorador de San Juditas, andaba en bici con su estatua enorme y chocó con un carro, lo cual era gracioso de ver como se accidentaba absurdamente con un carro que llevaba en frente como si jamás se hubiera percatado de él, nuevamente este recurso lo utilizaron para reforzar la burla hacia las clases populares.

Figura 66: El Indio Brayan se rompe



Burla de un accidente real en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2018).

Se ejemplifica el video viral con la siguiente imagen para de ser posible lectoras y lectores lo recuerden.

Figura 67: Accidente real



¿Acaso iba drogado para no ver el coche de frente? Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=mBVCXGypJR4&ab_channel=EIUniversal. (2018).

Capítulo 17: *¡Este muro si lo pagamos Trump!*; que tenía 600,455 visitas registradas el 02/09/19.

También se debe recordar que el sentido del poder del discurso se da justamente en el manejo de las palabras usadas de lo que se dice, en este caso en los diálogos, además de las representaciones visuales que se logran captar cada que en la serie se dice verbalmente alguna información por medio de las burlas.

En este capítulo que empieza con la parodia del muro que Donald Trump quería que pagara México, no fue tan agresiva como otro tipo de parodias que como en el capítulo anterior hablaban de la esposa de Javier Duarte haciendo Diálogos como: *Policía: -y hablando de consolarse, ¿Cómo le va a tu esposa en Londres?-, Duarte: -pues ya tiene un amparo-, Policía: -¿O sea que ya es intocable?-, Duarte: -no intocable ya era desde que nos casamos-*.

Para realzar un poco el sentimiento nacional, ¿Cómo es posible que no hagan una crítica más severa a las situaciones que no pudo afrontar EPN con el tema del muro de la frontera con Estados Unidos?, y la parodia del muro fue algo suave comparado con la de Duarte, que de igual tuvo ofensas ya que fue quien dio agua en lugar de quimioterapia a niños con cáncer.

En lo que respecta al resto del capítulo, se trata la temática de: soltaron al tigre; frase que dice AMLO en la vida real que absurdamente tomaron como amenaza y se puede ver en el siguiente enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=6FWozQ5S7fY>

Figura 68: AMLO: Soltaron al tigre

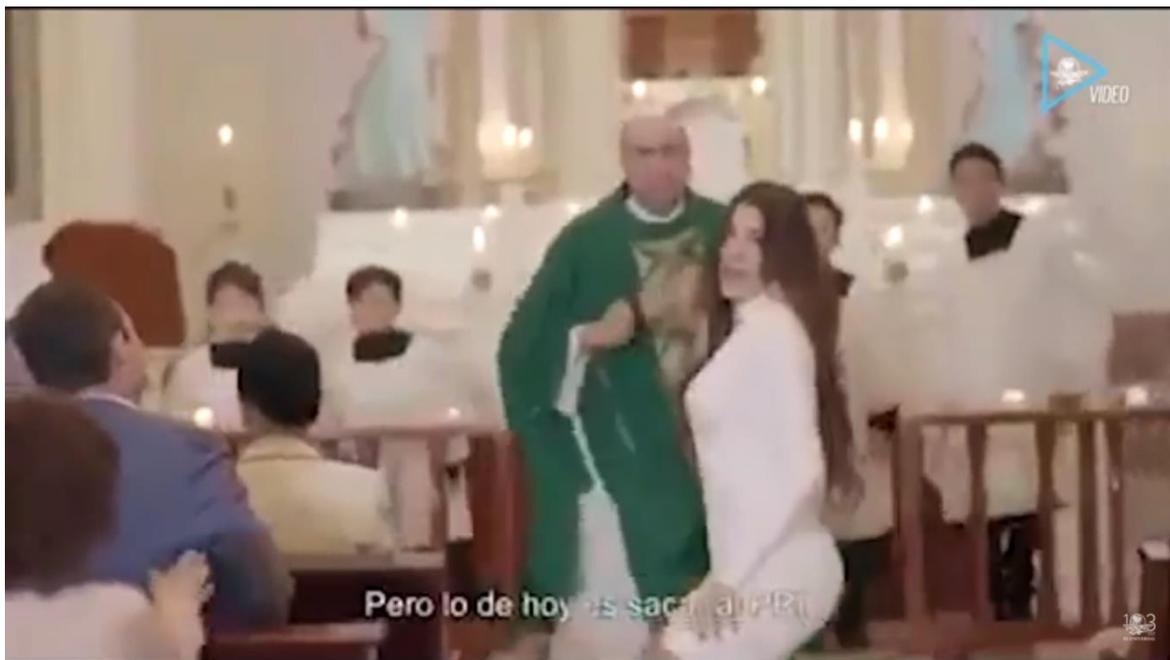


AMLO dice: Soltaron al tigre, y lo toman como amenaza. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=6FWozQ5S7fY>. (2018).

Capítulo 18: *¡Nos van a crucificar con este programa!*; que contaba con 977,792 vistas registradas el 04/09/19.

Este capítulo empieza con el video viral de la niña bien, que es una chica con un vestido blanco, símbolo de la pureza, pero nos relata con un reggaetón implícitamente que se vote por AMLO.

Figura 69: La niña bien



Comercial polémico de la niña bien apoyando a AMLO. Fuente: <https://youtu.be/6szGBQWAQFY>. (2018).

En el minuto 1:25 es el único momento donde se aprecia la imagen de Andrés Manuel y dura menos de un segundo, eso puede funcionar para que se inserte la imagen en el subconsciente del espectador que probablemente pasó desapercibido.

Figura 70: Mensaje subliminal en comercial de la niña bien



Comercial polémico de la niña bien y aparece la foto de AMLO en menos de un segundo. Fuente: <https://youtu.be/6szGBQWAQFY>. (2018).

La representación en la parodia fue la siguiente:

Figura 71: Representación de la niña bien



La niña bien, bailando en la serie de televisión "El privilegio de mandar". Fuente: Blim TV. (2018).

Hasta este momento del trabajo los lectores ya sabrán identificar varios elementos que conjugan los mensajes que Televisa denota con el uso de una mujer estereotipada.

Esta guerra del entretenimiento le resta seriedad a la política mexicana.

Capítulo 19: *En esta Pascua, ¡huevos para todos!*; que contaba con 417,877 visualizaciones registradas el 04/09/19.

Lo más destacable fue un desayuno en un reconocido restaurante de la Ciudad de México, en el cual llegó el elenco del privilegio de mandar para hacer una especie de *flashmob*⁴⁷, en donde se encontraban políticos de la vida real.

Capítulo 20: *¡Nos llevó la changada!*; que contaba con 613,682 visualizaciones registradas el 04/09/19.

El tema más relevante del capítulo fue el suceso de la Ciudad de México en el cual había escapado un mono capuchino que estaban tratando de capturar.

⁴⁷ Tipode coreografía o escena planeada con actores mezclados entre la gente en un espacio público y que es grabado en video.

Figura 72: Mono capuchino se pierde



Noticia cortina de humo del mono capuchino perdido en CDMX en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2018).

Capítulo 21: *¡Nos metimos a la fiesta de Salinas!*; que contaba con 976,056 visualizaciones registradas el 04/09/19.

Un capítulo con ciertas particularidades que mejor invito al lector a verlo y juzgar los elementos.

Capítulo 22: *Lo que no viste del debate*; que contaba con un millón quinientos diez mil ciento treinta y seis vistas registradas el 04/09/19.

La representación oportuna de la burla en el debate y como ejemplo una de tantas expresiones que dijeron los ex candidatos, como El bronco que dijo que legalizaría que les cortaran la mano a los delincuentes.

Figura 73: El debate



Representación del debate presidencial en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2018).

Figura 74: El debate real



Debate presidencial real. Fuente: <https://youtu.be/zkJG7aC0-YA>. (2018).

Capítulo 23: *¿De qué hablaron Trump y López Obrador?*; que contaba con 1,980,272 vistas registradas el 04/09/19.

Otro capítulo lleno de burlas hacia los candidatos y por demás genérico, solo sigue como en los demás el tópico del día, que en este caso fue el día del niño.

Capítulo 24: *Clouthier, Lincoln, el Teacher... ¡qué locura!*; que contaba con 1,090,386 vistas registradas el 04/09/19.

En este capítulo lo más destacable es la entrevista de AMLO en el programa Tercer grado, y éste mira a la cámara diciendo que esa cámara es controlada por la mafia del poder.

Podría ser que Televisa se adjudicará ese nombramiento y no se dudaría debido a que es un medio con fines comerciales y de gran difusión de sus ideologías plasmadas en su programación, además de que la política mexicana se ha vuelto un fin personal y económico–comercial siendo una de las televisoras de las élites

políticas y la mafia del poder, haciendo uso de la disposición de los cuerpos y las mentes de quienes miran el canal.

Figura 75: ¡Ustedes son la mafia del poder!



Burla de AMLO mencionando el concepto: mafia del poder en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2018).

Además de volver a escuchar el concepto nombrado por la representación de Salinas, política ficción. Otra característica interesante es que aparece otra mala palabra de Doña Margara censurada.

Figura 76: Cantinfleando con doña Margara



Sketch donde aluden la forma de hablar de Cantinflas en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2018).

Capítulo 25: *Abran paso a Ricky Riquín porque este debate ya va a empezar*, que destronando a los pasados 3 capítulos tenía 2,335,609 visitas registradas el 04/09/19.

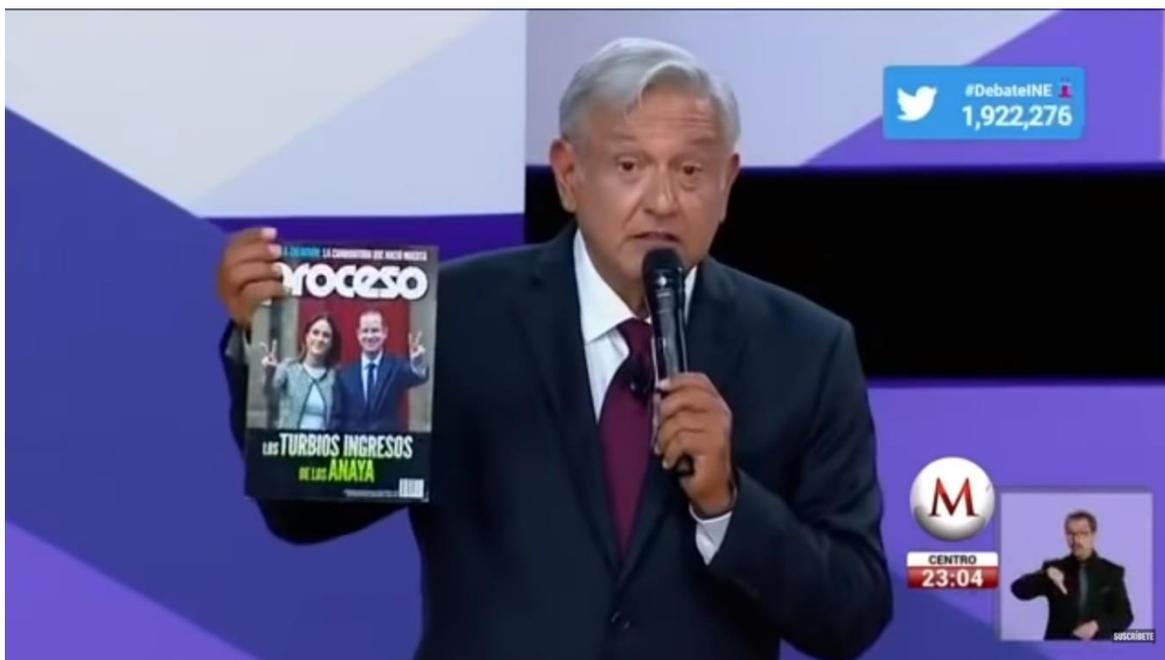
Lo más destacable fue la renuncia de Margarita Zavala, de quien hacen burla en el segundo sketch, así como la burla de la otra frase de AMLO, nombrando a Ricardo Anaya: *Riqui riquín canallín*.

Figura 77: Burla de turbios ingresos de Anaya



Representación de quejas de AMLO en la serie de televisión "El privilegio de mandar". Fuente: Blim TV. (2018).

Figura 78: Denuncias de AMLO en el segundo debate real



AMLO denuncia a Anaya en el segundo debate presidencial. Fuente: <https://youtu.be/Dgvkjfm3dOU>. (2018).

Capítulo 27; pero que no le sorprenda al lector, así están titulados, no aparece ningún capítulo titulado como capítulo 26.

Este capítulo 27 se llama: *Mamá, papá, les presento a...*; y vuelve a empobrecer con 714,486 vistas.

Lo más destacable es ver cómo según los candidatos se hacen pasar como los prospectos para casarse con una chava que le va presentando en cada situación a cada candidato a sus papás.

Otro dato a destacar es que Meade en una conferencia se cayó del templete porque estaba una pata de su silla a la orilla del mismo. Se hicieron memes que por supuesto Televisa recreó con toda una secuencia de que Meade se cae y sale volando.

Figura 79: Meade sale volando



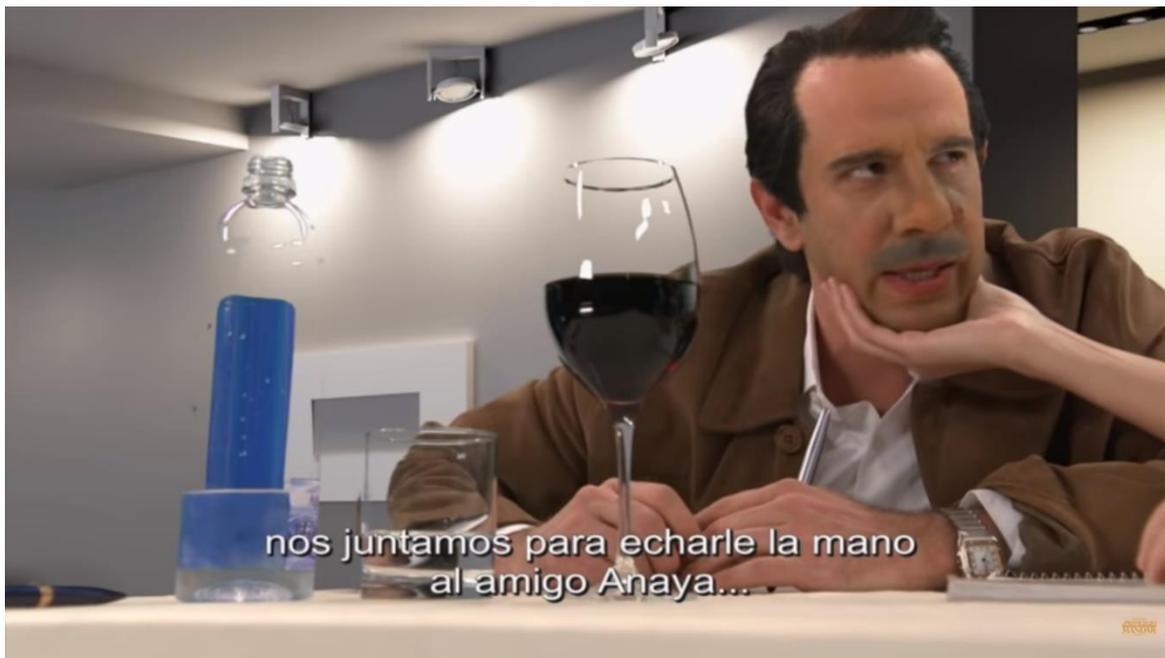
Representación Meade volando en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2018).

Lo curioso es que vuela hasta el espacio y cuando llega a la tierra impacta contra el monumento del ángel de la independencia en la avenida reforma de la CDMX, eso nos da un sentido narrativo de que el ex candidato del PRI, como todo el partido, están chocando contra toda la realidad escrita en la historia, las *leyes de reforma*.

Capítulo 28: *¿Qué alguien /@s rescate?!*; que contaba con 539, 381 visitas registradas el 05/09/19.

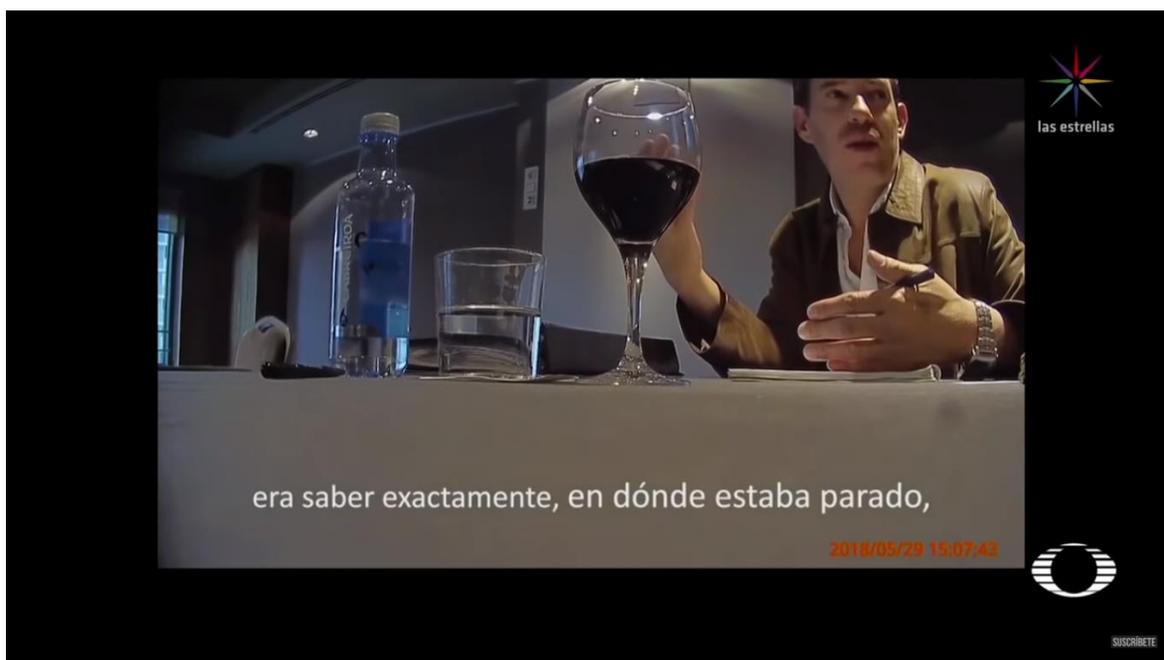
Lo destacable fue la parodia del video que se filtró de un tal hermano de Manuel Barreiro desembuchando toda la trama del lavado de dinero de Ricardo Anaya.

Figura 80: Video evidencia sale a la luz



Representación de amigo de Anaya hablando sobre sus turbios ingresos en la serie de televisión "El privilegio de mandar". Fuente: Blim TV. (2018).

Figura 81: Video del lavado de dinero de Anaya sale a la luz



Amigo de Anaya hablando sobre sus turbios ingresos en la vida real. Fuente: <https://youtu.be/nMZ5szpFFNU>. (2018).

Capítulo 29: *Yo te demando, tú me demandas*; que contaba con 618,607 vistas registradas el 05/09/19.

Un capítulo genérico sin chiste como ya era de esperarse casi al final, antes de las verdaderas elecciones presidenciales.

Capítulo 30: *No están locos, sólo hechizados*; el cual presenta una disminución del rating con 475,483 visualizaciones registradas el 05/09/19.

Este capítulo de nuevo está lleno de chistes ya redundados de las actitudes de los candidatos en la vida real.

Capítulo 31: *Así ganó AMLO*; llegando al penúltimo episodio, de todo el seguimiento de la serie, el capítulo fue publicado el 3 de julio del 2018. Recuperando el ranking de audiencia, el video contaba con la cantidad de

1,708,975 visualizaciones y que fue transmitido y publicado en la red después de 3 días de las elecciones.

En el primer sketch Nuño y Meade atropellan a un brasileño.

Cambian el orden y nombres de los sucesos, pero siguen retomando ciertas frases y nombres con los que hacen referencia de los sucesos reales de los políticos, con la intención de que las y los ciudadanos que lleguen a ver el capítulo entiendan desde su memoria mediática los chistes y la burla.

Con las representaciones o actuaciones de los actores se vuelve entretenido y provoca en mucha gente carcajadas, porque además bien o mal, es una obra fársica y trata de desnudar una realidad que siempre vivimos en México y esta serie es la continuación de ese fenómeno mediático.

El capítulo tiene una rememoración de sus capítulos, que a la vez se separan de la vida real, del transcurso real del país manteniéndose en incertidumbre, haciendo un recopilatorio de referencias de su propia serie y de información de los sucesos políticos.

Su uso de la libertad de expresión en ese momento les permitió demostrar otra parte de su discurso, metiendo en este video una publicidad de los fines de su producción y que les dejó tal mercado de audiencia para seguir cobrando por verlos en presentaciones teatrales.

Pero, claro, que, si llegan a producir carcajadas en televisión, muchas personas querrán tener una experiencia visual más vívida, ya sea por curiosidad o por el gusto por ver la temática de la serie al ir a ver la obra.

Y más chistes redundados, actitudes (formas del discurso) como las de Salinas de Gortari, El Peje, todo eso es la herramienta del programa para vender sus presentaciones en vivo.

En este momento del juego de poder en el discurso, y con esto quiero decir que como ya he mencionado, el sentido se puede referir a que por ejemplo en los

diálogos se pronuncien, se haga incapié o escarnio con la comparación de las referencias de los noticieros que tratan de ridiculizar u ofender en sentido abstracto, en este penúltimo capítulo va disminuyendo el nivel de burla de los candidatos.

Pero ya escudados en que solo es una actuación teatral producida por Televisa, se limpian las manos como en un sano ejercicio de reflexión, las parodias ya no son directas en el sentido de ofender al candidato, además puede quedar la duda del porqué de estos cambios.

Se destaca de este capítulo que sus burlas son más dispersas en la tensión hacia algún personaje, el momento de parodiar el suceso mediático real y que tuvo consecuencias para comparar las reacciones de los candidatos con los personajes, y en el punto donde chocan esas dos comparaciones mediáticas se empiezan a confundir cada vez más con la realidad.

Figura 82: Meade decepcionado tras perder



Meade pierde la candidatura por cantidad de votos. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=i3HRbPafwWk> (2018).⁴⁸

Figura 83: Representación de la tristeza de Meade

⁴⁸ Perfil de YouTube en: <https://www.youtube.com/watch?v=i3HRbPafwWk>, consultado el 5 de septiembre del 2019.



Representación Meade en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2018).

Figura 84: Anaya pierde candidatura por falta de votos



Anaya acepta que perdió por falta de votos. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=5MynDo7DAZY&t=111s> (2018).⁴⁹

Figura 85: Representación de Anaya perdiendo

⁴⁹ Perfol de YouTube en: <https://www.youtube.com/watch?v=5MynDo7DAZY&t=111s>, consultado el 5 de Septiembre del 2019.



Representación de Anaya perdiendo en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2018).

Figura 86: El Bronco también perdió



El bronco también pierde por falta de votos. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=dOgFw5cblwg>. (2018).⁵⁰

Luego, para diferenciar cómo es que unas burlas o semejanzas entre sucesos no siempre se destacan, se hace una representación diferente por varios tipos de justificaciones de producción, pero véase por ejemplo la del bronco.

Figura 87: Representación del Bronco perdiendo con optimismo

⁵⁰ Perfil de You Tube en: <https://www.youtube.com/watch?v=dOgFw5cblwg>, consultado el 5 de Septiembre del 2019.



Representación del bronco aceptando la derrota en la serie de televisión “El privilegio de mandar”.
Fuente: Blim TV. (2018).

Y como última comparación, el discurso de AMLO cuando ganó las elecciones.

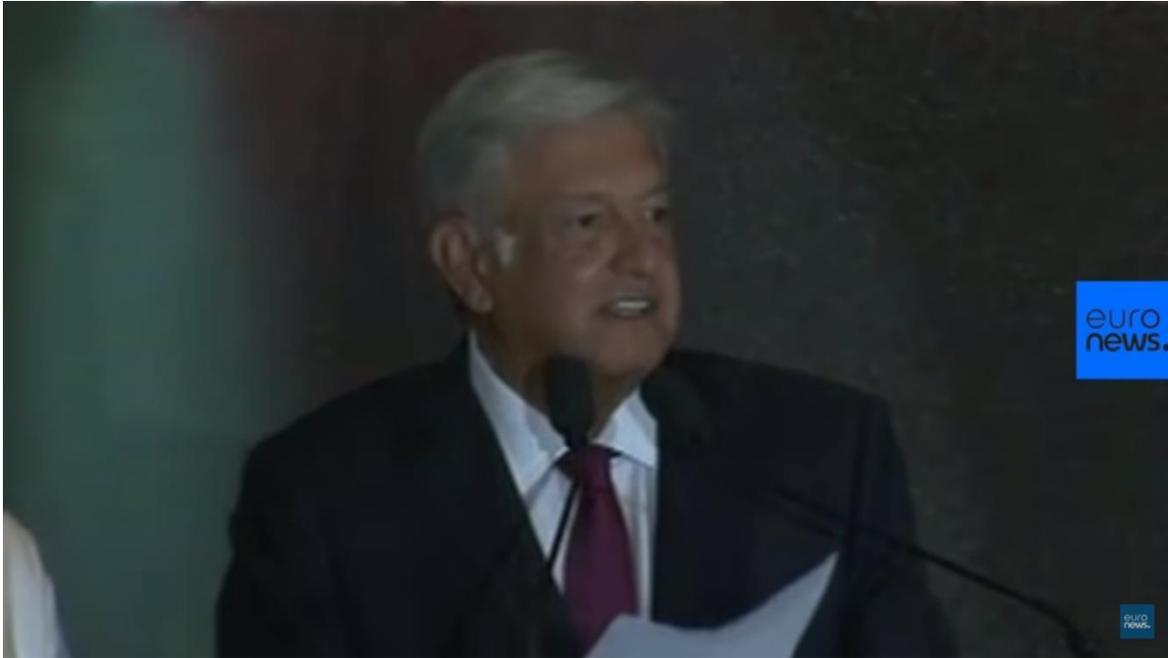
Figura 88: Representación según burlona de AMLO ganando las elecciones



Representación de AMLO ganando en la serie de televisión “El privilegio de mandar”. Fuente: Blim TV. (2018).

Vemos que detrás de Andrés Manuel ficticio está la bandera que dice *El Privilegio de Mandar*. De las palabras del Andrés Manuel real se escucha decir: *Benditas redes sociales*. El comentario es de suma importancia porque pese a que el juego político de la burla caricaturesca, el movimiento ideológico de Andrés Manuel fue mayormente movido por las redes sociales, ya no por el poder de la información de la televisión pública.

Figura 89: AMLO gana la presidencia de México



Incluso Euro News transmitió la victoria de AMLO. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=Yf4TojzK1ZE&t=847s>. (2018).⁵¹

Capítulo 32: *Nueva era del Peje*; que contaba con la cantidad de 988,975 visitas registradas el 05/09/19. Ya sin mucho que decir, puesto que la mayoría de sus chistes son referencias de sucesos reales, como la candidata de Morena que salió borracha con champagne en mano a decir que *se la pelan*, hubo además chistes con mucha agresividad.

❖ CONCLUSIONES

Hasta este momento, queda documentado cómo la serie *El privilegio de mandar*, que es parte de un amplio catálogo de producciones de entretenimiento para las

⁵¹ Perfil de YouTube en: <https://www.youtube.com/watch?v=Yf4TojzK1ZE&t=847s>, consultado el 5 de septiembre del 2019.

masas que produce Televisa, corresponde al modelo de la conversación fragmentada que comunica una serie con elementos culturales que se identifica con sus audiencias.

De esta manera se dinamiza la relación entre el televisor y los posibles televidentes, donde se genera una relación social que asemeja una charla frente a otra persona, pero sin la posibilidad de recibir respuesta del interlocutor. Recordemos que de esta manera surge la conversación fragmentada y da como resultado un choque cultural entre el aparato (la televisión) y el ser humano.

Así se logran comunicar múltiples significados culturales con la presentación de imágenes a distancia, creando un canal unidireccional pues el televisor no responde solo recibe y emite la señal en la pantalla televisiva.

El juego de palabras al que me refiero como aparato televisivo no solo involucra al artefacto electrónico, sino que es un aparato mental que involucra un conjunto de rasgos culturales para formar una ideología que hace posible la existencia de un aparato mental dominante, controlado por la televisión en este caso.

Todo esto concierne a la política en México como puro discurso, pero el ser humano, en algún momento de la historia, dio cuenta de que por medio del discurso podía manipular su realidad y su contexto social.

Este entramado discursivo que va desde la constitución mexicana, hasta el entretenimiento de la serie y el contenido noticioso de prácticas políticas, es lo que genera una reacción en el ser humano y afecta sus emociones.

Cualquier estímulo que tienen el ser humano en la vida real lo altera bioquímicamente; las palabras funcionan de tal manera, que el ser humano piensa, siente y tiene ideas porque parte del lenguaje, con él comunica sus necesidades y ejemplifica su medio circundante, todo esto estimula al ser humano y afecta la relación de elementos, sus emociones y la percepción de la realidad.

El lenguaje es el que forma una nueva visión de la imaginación, ya que, gracias a las palabras, como referentes de las cosas, imaginamos lo que significan por referencia. El ser humano como un conjunto físico y emocional, que se unifica en cuerpo, conciencia, mente, imaginación y su medio circundante, tienen el lenguaje y una habilidad desarrollada del habla. Con tales elementos no deja nunca de pensar en palabras, imaginar escenarios e historias desde la infancia, así logra fijar una ideología profunda en su moralidad como persona instituida por la familia.⁵² A partir de ahí, tomará ese referente moral, emocional y por tanto espiritual para juzgar el entorno y tomar decisiones según el criterio que le permea.

Desde la perspectiva ética, el ser humano convivirá con su mundo social según su entorno común y debido a cada contexto particular socio económico, político y cultural. Pero ideológicamente se formará, como en el caso de las masas, a partir de una institución familiar, construyendo cierta mentalidad, sino que los medios de comunicación envían mensajes de estereotipos culturales con elementos de identificación que quieran ver los televidentes.

Entonces, las multitudes, que en el mundo contemporáneo se entretienen comunicadas a partir de redes sociales o con algún producto televisivo, se van a ver afectadas en su ideología, lo cual promueve un propósito meramente de *dominación cultural*.

Esto es comprobable dado que la sociedad globalizada sigue bajo una premisa de la lucha de clases y que insertos en un aparato mental de consumo vivimos las masas aspirando subir en el estrato social para tener ciertos *estilos de vida* que son promovidos por la industria cultural.

Estos llamados *estilos de vida* surgen con la publicidad de marcas de ropa, de lugares turísticos, restaurantes, objetos de lujo como carros, relojes, joyas y sobre todo aprobación social, todo esto en redes sociales o televisión.

⁵² Eso hablando solo por las y los que se criaron en un núcleo familiar.

Este ejemplo lo puse para seguir con el juego de palabras que en el discurso de poder dominante de la globalidad se ha usado para un tipo de manipulación sutil por medio de la ideología, donde toda esta comunicación a distancia, aunada a una imagen fotográfica fija o en movimiento, estimulan al espectador o espectadora y le dan forma a su imaginación.

Recordemos igual a Sartori (1998) sobre la idea de la sociedad teledirigida, es en esa conversación fragmentada donde se generan reacciones, ideas y opiniones para quienes miran televisión para informarse.

Con ello la mayoría de las personas que no lo perciben legitiman una forma de entramado discurso ideológico, donde el aparato mental de los sistemas de consumo establece estilos de vida donde las personas se identifican.

Dicho lo anterior y dirigiendo todo este contexto discursivo hacia la relación e importancia del estudio de la producción televisiva, la serie estudiada se legitimó al momento de su transmisión al aire. Y ello nos ayuda a responder la pregunta de investigación: ¿Televisa cumple con su parte de responsabilidad social tomando como ejemplo la serie El privilegio de mandar?, la respuesta que podemos advertir es que no.

En primer lugar, porque al abrir la cuenta en Blim para poder ver la serie anuncian que obtendrás 30 días gratis al abrir por primera vez tu cuenta, luego para completar el registro tienes que poner el número de tu tarjeta de débito forzosamente para terminar el proceso.

En la tarjeta terminas pagando 109 pesos mexicanos por 30 días de su servicio, y significa publicidad engañosa.

En la introducción hablé sobre la variable independiente, que se refiere a la persona libre y cívica, ya que se mantiene actuando por decisión propia, así la variable dependiente es el resultado en números de las visualizaciones registradas hasta el momento del registro en YouTube, ello es producto regulado precisamente por la otra variable.

Al tener contabilizados estos datos, podemos ver que millones de personas se entretienen con el contenido de la serie, y que, por lo tanto, aunque en apariencia se autodenominen autónomas, siguen dirigiendo su atención a programas televisivos como la serie de *El privilegio de mandar*.

Es decir: millones de personas eligen satisfacer sus necesidades de entretenimiento viendo esta serie sin saber que su imaginación está siendo manipulada por el discurso profundo que hay en los diálogos y escenas debido a personas que no cuentan con herramientas sobre lenguaje audiovisual.

La hipótesis que propongo es comprobar cuando se ve que millones de usuarios eligen ver entretenimiento, en este caso el acontecer político a partir del morbo en televisión abierta o internet, pero en el trasfondo discursivo del programa hay mensajes que no pueden ser descifrados por la mayoría de las audiencias y para lo cual terminan tergiversando la práctica política entre civiles y servidores públicos.

Debido a que existe una estimulación sensorial audiovisual en la que intervienen intercambios de elementos culturales que afectan la sensibilidad emocional humana, se hace visible el efecto sutil del poder discursivo cuando se suelta la carcajada motivada por los sketches de la serie.

La manipulación de las mentes resulta en la malinterpretación de las funciones políticas y el actuar cívico, lo que nos remonta a una práctica discursiva enfocada en la burla.

Como este tipo de enfoque es entretenido y no crítico, se mantiene a la mente de las audiencias disociada de la seriedad del discurso escrito como *La constitución mexicana*, la teoría social y política o filosofía, en cuanto a que intervienen en la ideología y actuar de la sociedad.

Pero en la actualidad, los medios masivos de comunicación como la televisión o el cine han elaborado un nuevo sistema de valores culturales generando así su propio discurso donde mezclan palabras, sonido e imágenes. Todo ello domina la

imaginación de las personas provocando una posible visión del mundo que termina por legitimar el acontecer social y cívico en el que interviene la lucha de clases.

Todas estas malas interpretaciones de la realidad son difundidas por Televisa, la cual se afirma con mi objetivo general, porque no son una empresa socialmente responsable, de lo contrario no fomentarán la burla de temas serios como la política. Esta nueva lucha de clases es buscar los estilos de vida consumistas y aspiracionales de nuestros tiempos, cegando la importancia de los hechos sociales por la comodidad de la comunicación a distancia y el entretenimiento en las horas de ocio.

El corporativo Televisa no tiene ninguna responsabilidad ética para sus audiencias, que son principalmente de la sociedad mexicana, aunado a la legitimación de los políticos poco responsables con el servicio público. Esto hace una sociedad irresponsable ante los hechos políticos, lo que resulta efectivo un discurso de poder dominante sobre las masas porque se concreta en televisión, de nada sirve vivir en un contexto cívico puesto que todo está malinterpretado en los medios que sirven como un dispositivo discursivo e ideológico social.

Con esto se demuestra que todas las formas en que se usa el discurso con imágenes y diálogos, lo que afecta directamente a la imaginación y la conciencia de la ciudadanía que ve el programa sin tener posibilidad de herramientas teóricas para defenderse de las imágenes audiovisuales, por eso trato de introducir ciertos ejercicios con este trabajo.

Siguiendo el mismo juego de palabras del que he hablado desde el principio, he dicho que las personas son máscaras de actores y así se convierten en personajes y sus contextos son sus escenarios; llevan sus nombres y tienen sus diálogos y son alguien en un discurso socioeconómico, pero en la vida real.

Por eso el teatro ha sido usado para formar mentalidades, porque significa ver situaciones de otras personas y estar en contacto con el drama que harán que los

espectadores juzguen la escena como cualquier situación de la vida cotidiana. La obra de teatro tiene el propósito discursivo de conmover las ideas y emociones bajo mecanismos sociomorales que toman de la ética y moral social que haga reflexionar a las y los espectadores.

Cabe la posibilidad de que en Televisa haya expertos en cultura y sociedad, entonces que un corporativo con fines particulares y comerciales entregue contenido que no fomente la responsabilidad por la identidad ciudadana y la práctica política es un conflicto. ¿Cómo se lucha contra esto?: educando a la sociedad, dando lenguaje cinematográfico en la educación básica, así como conceptos de teoría social, política y filosofía.

En dado caso promover a la producción de un programa que cuente con un ídolo como Chespirito, pero que en los diálogos converjan los términos de la teoría política, para así ir incubando las ideas en él y la espectadora. También haciendo de los programas de chisme como el estilo de Gustavo Adolfo Infante, bajo formatos distintos con diálogos de chisme con Michel Foucault en lugar de Eduardo Yáñez, que en la política haya más intelectuales en lugar de jugadores de fútbol sin formación política como Cuauhtémoc Blanco.

Mientras haya más entretenimiento como *Las mangas del chaleco* para solo fomentar la burla, mientras haya más Sergio Mayer, Carmelita Salinas y Blue Demon en la política, habrá más series como *El privilegio de mandar* donde se refleje la cultura social de México como un chiste.

He demostrado también en este trabajo los objetivos particulares, recuérdese que las formas del discurso son esas frases que retoman de la vida real para hacer el diálogo una burla, y que además los mencionados elementos recogidos de la cultura popular son, a la vez, elementos simbólicos de la tergiversación del discurso social y político que están insertos en los escenarios de los sketches.

Dichos elementos son los que deforman la imaginación de las personas que legitiman el programa y su contenido al elegir verlo, entreteniéndose y disfrutando

divertidos en la comodidad de sus casas, sin ponerse a pensar si aquella serie tenía responsabilidad social o no. Esto contradice el discurso del corporativo Televisa, no hay congruencia entre lo que se dice y se hace y para nada son responsables con las sociedades en donde inciden.

Sin más, corrupción y violencia se vuelven en una especie de entretenimiento, y aunque hoy en día las luchas sociales se han masificado, seguimos atados a los *mass media*, como decía Marshall McLuhan los medios son extensiones de nuestros sentidos y el entretenimiento forma el aparato mental de la globalización que fomentan los dueños de los medios de producción de subjetividades como Televisa.

Ellos son los que quieren que consumamos, pero, por otro lado, los políticos quieren que no nos importe lo que hacen, por eso prefieren que se fomente la burla en lugar de la crítica.

Dadas las problemáticas de la cultura política del país, se debe formar a las personas como ciudadanas y ciudadanos, ya que ahí está la transformación en la conciencia social y hará que esta forme parte de la participación que se necesita por la actual crisis en la cultura política de México. Por supuesto que, en ese sentido, la serie se convierte en un elemento más, como muchos otros, para su análisis.

Ludovico Silva (1978), en su propuesta analítica dice que lo que se debería hacer para combatir la ideología imperialista de los cómics estadounidenses es haciendo frente con otros cómics que develen una ideología contraria a la propuesta por el imperio capitalista de los Estados Unidos. La lucha del entretenimiento con más entretenimiento.

Al contrario de Postman, quien cree imposible o absurda la idea de combatir al entretenimiento con más entretenimiento, pues el entretenimiento hace a las personas menos serias con los conceptos, como un estado mental que se produce

en las personas que miran entretenimiento televisivo y que los mantiene en una actitud plácida.

Estas dos perspectivas ayudan a dar opciones para combatir estas formas de entretenimiento y me inclino hacia la propuesta de Ludovico Silva; hacer entretenidos los contenidos serios, ya que esto puede dar otro efecto en la ciudadanía, más allá de solo burlarse como lo que se produce con el efecto Gerbner.

En la antigüedad, en el México colonizado, se comenzaban los primeros periódicos, argumentados como boletines científicos o literarios, luego tras la necesidad de comunicar ideología, los títulos y nombres de periódicos se van transformando discursivamente, por ejemplo: *El monitor republicano*.

Luego se hacían las famosas caricaturas de los políticos en: *El hijo del ahuirote* para la gente que no sabía leer. Así, ante la necesidad de entretenimiento para liberar pulsiones por medio de la caricatura y la burla, las y los mexicanos que buscaban divertirse lo hacían con historietas como *La familia Burrón* o *El libro vaquero* que reflejaban de alguna manera gráfica y literaria a la sociedad mexicana, en sentido de un cúmulo de insatisfacciones sociales.

Recordemos nuevamente el significado de cultura para Neil Postman (2001) que es el conjunto de conversaciones, ese conjunto de ideas que engloban la opinión pública acerca de tales hechos en específico sobre la política en determinado momento histórico.

Pero hoy en día después de estudiar la fórmula por varios años Televisa con programas como *La carabina de Ambrosio*, *La parodia*, y en este caso estudiado la serie *El privilegio de mandar*, demuestra el vacío en la conciencia de la cultura política mexicana.

Cabe Con todos estos programas se produce indiferencia hacia la política en la conciencia de las y los mexicanos porque nos hemos acostumbrado a mirar la burla, como por ejemplo de las clases populares, el rico menospreciando al pobre,

el político que roba. La serie bien puede ser solo un reflejo de ello, sin embargo, el problema son sus interacciones con las y los televidentes que intercambian signos culturales que después los reproducen al manifestarse en la vida real.

El Andrés Manuel López Obrador de la vida real dijo tanto en su reconocimiento de triunfo en las elecciones como en su discurso y toma de protesta: benditas redes sociales; que son aquellas en las que la interacción se da virtualmente, pero la misma interacción es el vínculo para promover ideas y actitudes de las masas.

AMLO resultó ganador con poco más de la mitad de la población que votó por él, su campaña que se dice duró 12 años, y que las redes sociales difundieron sus ideas y presencia mediática a las generaciones que venían por debajo de las de adultos electores de antes de los noventa y dos mil. Esto significó una nueva era donde la tecnología y la juventud son a la par el cambio radical para la percepción de la política en México.

Por eso tuvo mucho auge entre los jóvenes la simpatía de AMLO, además de recoger características en sus discursos muy bien elaborados, eso llevó a un reconocimiento social haciendo más pública su imagen, lo complejo es tener mensajes tan tergiversados como los de la serie que aquí analice.

Incluso la serie y la burla pudieron hacer publicidad al candidato, lo posicionaron en la mente de los televidentes, los *homos videns* que están hambrientos de entretenimiento y por eso Televisa dice llevar a cabo su trabajo de responsabilidad social que está más orientada al entretenimiento de las audiencias.

Mantener dopadas a las masas y que al final sin interesarse por teoría política para combatir la mala práctica de la política con fines personales que se maneja en México, promueven a que se dé el estilo de vida político corrupto sin ninguna repercusión.

Gente enriquecida con dinero de los pagos de impuestos y que no se ven reflejados en los servicios públicos y la gente apática, elementos dinámicos con los que surge esta tergiversación de la realidad política de México.

Una serie vaciada de sentido para mentes vacías sin ganas de generar un cambio ideológico, pero el problema no es la gente pues como el eslogan dice: “Esta historia es una ficción, cualquier semejanza con la realidad es culpa...de la realidad”.

Un problema así de profundo necesitaría regenerarse con un nuevo aparato ideológico, lo cual parece cada vez menos probable debido a que la educación del país recae más en la producción de los *mass media* que en los maestros del nivel básico.

XI Bibliografía

Acaso, María (2009). *El lenguaje visual*. España. Paidós.

Bajtín, Mijaíl. (1982). *Estética de la Creación Verbal*. México. Siglo XXI Editores.

Fernández, Lissette. (2006). “¿Cómo analizar datos cualitativos?” en // *Butlletí LaRecerca* 1 [Archivo pdf] (NS). Octubre.

Foucault, Michel. (1998). “El Sujeto y el Poder” en, *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 50, No. 3, pp. 3-20.

Foucault, Michel. (2003). *Vigilar y Castigar*, Argentina, Siglo XXI Editores Argentina S.A.

García, Nestor. (2002). “La reinención de lo público en la videocultura urbana”, en // *Revista de Antropología social* [Archivo pdf]. 11 (NS).

Orozco, Guillermo. (1994). *Televisión y Producción de Significados (tres ensayos)*. México. Doble Luna Editores.

Postman, Neil. (1985). *Amusing ourselves to death. Public Discourse in the Age of Show Business*, New York, Viking Penguin Inc, (tr. Castellana de Enrique Odell (2001), *Divertirse Hasta Morir: El Discurso Público en la Era del Show Business*, 2ª ed. Barcelona. Ediciones de la Tempestad).

Sartori, Giovanni. (1998). *Homo Videns: La Sociedad Teledirigida*. Argentina. Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.

Silva, Ludovico. (1978). *Teoría y práctica de la ideología*. México. Editorial Nuestro Tiempo.

Teixeira, Coelho. (2009). *Diccionario Crítico de política cultural: Cultura e imaginário*. España. Editorial Gedisa.

Theising, Josef y Frank, Priess. (1999). *Globalización Democracia y Medios de Comunicación*. Argentina. KONRAD – ADENAUER – STIFTUNG A.C COEDLA.

Thompson, John. (1998). *Los Media y la Modernidad: Una Teoría de los Medios de Comunicación*. España, Ediciones Paidós Ibérica.

Virgilio, Ariel. (2004). *La Composición Dramática: Estructura y cánones de los 7 géneros*, 4 ed. México, Procesos Editoriales Gaceta.

Videografía

Esta selección de links consta de 22 capítulos y se encuentra en su plataforma de streaming Blim, para la cual hay que crear una cuenta y pagar 109 pesos mexicanos para tener un mes de servicio y ver los capítulos.

Episodio 1: <https://www.blim.com/asset/39655/player>, consultado el 23/03/21

Episodio 2: <https://www.blim.com/asset/39707/player>, consultado el 23/03/21

Episodio 3: <https://www.blim.com/asset/39958/player>, consultado el 23/03/21

Episodio 4: <http://www.blim.com/asset/40102/player>, consultado el 23/03/21

Episodio 5: <http://www.blim.com/asset/40309/player>, consultado el 23/03/21

Episodio 6: <http://www.blim.com/asset/40402/player>, consultado el 23/03/21

Episodio 7: <http://www.blim.com/asset/40490/player>, consultado el 23/03/21

Episodio 8: <http://www.blim.com/asset/40723/player>, consultado el 23/03/21

Episodio 9: <http://www.blim.com/asset/40873/player>, consultado el 23/03/21

Episodio 10: <http://www.blim.com/asset/41031/player>, consultado el 23/03/21

Episodio 11: <http://www.blim.com/asset/41107/player>, consultado el 23/03/21

Episodio 12: <http://www.blim.com/asset/41188/player>, consultado el 23/03/21

- Episodio 13: <http://www.blim.com/asset/41433/player> , consultado el 23/03/21
- Episodio 14: <http://www.blim.com/asset/41615/player> , consultado el 23/03/21
- Episodio 15: <http://www.blim.com/asset/41856/player> , consultado el 23/03/21
- Episodio 16: <http://www.blim.com/asset/41942/player> , consultado el 23/03/21
- Episodio 17: <http://www.blim.com/asset/42022/player> , consultado el 23/03/21
- Episodio 18: <http://www.blim.com/asset/42285/player> , consultado el 23/03/21
- Episodio 19: <http://www.blim.com/asset/42438/player> , consultado el 23/03/21
- Episodio 20: <http://www.blim.com/asset/42539/player> , consultado el 23/03/21
- Episodio 21: <http://www.blim.com/asset/42781/player> , consultado el 23/03/21
- Episodio 22: <http://www.blim.com/asset/42903/player> , consultado el 23/03/21
- Episodio 23: <http://www.blim.com/asset/42981/player> , consultado el 23/03/21

Imágenes

Figura 1: Diagrama del conocimiento personal confrontando al ofrecido por el drama.....	45
Figura 2: Diagrama del contenido en pantalla.....	48
Figura 3: representación de la bandera mexicana.....	81
Figura 4: Cortinilla de “El privilegio de mandar”.....	82
Figura 5: Bronco y Ferriz en el baño.....	85
Figura 6: Bronco y Ferriz en el baño viendo sus smarthphones.....	86
Figura 7: Marifer Centeno interpreta la firma de Margarita Zavala.....	87

Figura 8: Doña Margara discute con el Bronco.....	88
Figura 9: Representan a EPN nervioso, confundido y ocurrente.....	89
Figura 10: Primera aparición de AMLO en la serie.....	90
Figura 11: Amlo despierta y el dinosaurio aún estaba ahí.....	92
Figura 12: Intento de western amenazandose con fotomultas Miguel Ángel Mancera y José Antonio Meade.....	93
Figura 13: Meade y Mancera en el estira y afloja de sus fotomultas.....	93
Figura 14: Primera representación de Donald Trump.....	94
Figura 15: Alejada representación de Kim Jong-un.....	95
Figura 16: Pelea entre Trump y Kim Jong-un.....	96
Figura 17: Primera representación de Ricardo Anaya y su compañero.....	96
Figura 18: Primera representación de Alejandra Barrales.....	97
Figura 19: Cortinilla del Sketch: Juegos del Dedo.....	99
Figura 20: EPN elige por dedazo.....	100
Figura 21: El dedazo de EPN.....	101
Figura 22: Ochoa Reza se abastece de sopa Campbells.....	102
Figura 23: Captura de pantalla del portal de Las estrellas tv.....	104
Figura 24: Captura del sitio televisa.com.....	105
Figura 25: Segunda captura del sitio web de Televisa.....	105
Figura 26: Captura del contenido hasta ese momento en la página corporativa de televisa.....	106

Figura 27: Captura de pantalla del banner de publicidad.....	107
Figura 28: Representación del llamado grito homofóbico en la Cámara de diputados.....	109
Figura 29: Captura de la noticia en el portal nación 321.....	110
Figura 30: Captura del noticiero de Denise Maerker por YouTube.....	111
Figura 31: Expresión comparativa de Trump.....	113
Figura 32: Comparación de la foto del Trump real.....	114
Figura 33: Amlo llama señoritingo a Meade.....	115
Figura 34: Destape al dedazo de Meade.....	117
Figura 35: Destape de Mead en la vida real.....	118
Figura 36: EPN reconoce a Meade como candidato a la presidencia en la vida real.....	119
Figura 37: El dedazo.....	120
Figura 38: Juárez aberrante.....	121
Figura 39: Mágica similitud de un suceso en la vida real varios años después.....	122
Figura 40: Meme del Busto de Juárez.....	123
Figura 41: Barrales es aventada de avión 1.....	124
Figura 42: Barrales es aventada de avión 2.....	124
Figura 43: Barrales es aventada de avión 3.....	125
Figura 44: Amlo-JuanDiego.....	128

Figura 45: Los Reyes Magos.....	129
Figura 46: Representación fálica.....	131
Figura 47: Representación de Yuawi.....	131
Figura 48: Yuawi real en propaganda política.....	133
Figura 49: EPN Centro de Aeronáutica.....	135
Figura 50: EPN ficticio en centro de aeronáutica.....	136
Figura 51: Nueva cortinilla de inicio.....	137
Figura 52: Doña Margara Francisca y El Indio Brayan: El pobre no puede tener Twister.....	138
Figura 53: Policía golpea a El Indio Brayan.....	140
Figura 54: Peje y El Cuau.....	141
Figura 55: AMLO y El Cuau gobernador en la vida real.....	142
Figura 56: La escolita de Trump.....	142
Figura 57: Trump real.....	143
Figura 58: Adaptación burlona y acertada de Ebrard.....	144
Figura 59: Ebrard real.....	144
Figura 60: Anaya Perseguido.....	145
Figura 61: Anaya paranoico.....	146
Figura 62: Lavaroda de Anaya.....	147
Figura 63: Los quiques.....	148

Figura 64: AMLO exorcista.....	148
Figura 65: Salinas es política ficción.....	149
Figura 66: El Indio Brayan se rompe.....	150
Figura 67: Accidente real.....	151
Figura 68: AMLO: Soltaron al tigre.....	152
Figura 69: La niña bien.....	153
Figura 70: Mensaje subliminal en comercial de la niña bien.....	154
Figura 71: Representación de la niña bien.....	154
Figura 72: Mono capuchino se pierde.....	156
Figura 73: El debate.....	157
Figura 74: El debate real.....	158
Figura 75: ¡Ustedes son la mafia del poder!.....	159
Figura 76: Cantinfleando con doña Margara.....	160
Figura 77: Burla de turbios ingresos de Anaya.....	161
Figura 78: Denuncias de AMLO en el segundo debate real.....	162
Figura 79: Meade sale volando.....	163
Figura 80: Video evidencia sale a la luz.....	164
Figura 81: Video del lavado de dinero de Anaya sale a la luz.....	165
Figura 82: Meade decepcionado tras perder.....	168
Figura 83: Representación de la tristeza de Meade.....	169

Figura 84: Anaya pierde candidatura por falta de votos.....	170
Figura 85: Representación de Anaya perdiendo.....	171
Figura 86: E Bronco también perdió.....	172
Figura 87: Representación del Bronco perdiendo con optimismo.....	173
Figura 88: Representación según burlona de AMLO ganando las elecciones.....	174
Figura 89: AMLO gana la presidencia de México.....	175