

TELEVISIÓN ABIERTA:
UNA HERRAMIENTA POLÍTICA PARA
CONSTRUIR ESTRATEGIAS GUBERNAMENTALES

LUIS ENRIQUE MORALES RUIZ

La lucha contra el crimen organizado que enfrenta el Estado mexicano comenzó a finales de 2006. A cinco años de ello, la Secretaría de Seguridad Pública Federal (SSP), la Secretaría de la Defensa Nacional (SEDENA) y la Secretaría de Marina (SEMAR), han capturado y asesinado importantes hombres involucrados en el narcotráfico como Arturo Beltrán Leyva, Ignacio Coronel Villareal o Jesús Méndez Vargas, por mencionar algunos. Con más de setenta mil muertos por esta guerra y con las encuestas en su contra, el presidente de la República mexicana, Felipe Calderón Hinojosa, ha decidido difundir una campaña de comunicación social con la que intenta limpiar la percepción negativa en el interior y exterior del país.

El presente trabajo muestra cómo la propuesta gubernamental para combatir el crimen llevó a Genaro García Luna, a financiar la serie “El equipo”, con el ánimo de cambiar la imagen de la Secretaría de Seguridad Pública (SSP). Este hecho generó la inquietud de autoridades como el Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (IFAI) y de la vocera del Partido de la Revolución Democrática (PRD) Leticia Quezada, por los posibles desvíos del presupuesto de esta Secretaría, designados para gastos en medios de comunicación.

**“El equipo”,
para limpiar la imagen del Gobierno Federal**

A cinco años de la guerra anticrimen, las estadísticas y aceptación de esta estrategia no son favorables para el gobierno de México comandado por Felipe Calderón Hinojosa. La encuesta “Ciudadanía, Democracia y Narcoviolencia”, realizada en septiembre de 2011 a más de siete mil mexicanos, revela que 53% señaló que el gobierno no está ganando la guerra contra el narcotráfico, 26% contestaron que sí, 18% respondieron “ni ganando

ni perdiendo” y 3% dijo que no sabía.¹

Ante este panorama negativo, el presidente Calderón y Genaro García Luna comenzaron a gastar grandes sumas de dinero en productos comunicativos que pudieran cambiar esta percepción. Un ejemplo de ello fue que con recursos del erario público se financió la serie “El equipo”, como parte de una estrategia gubernamental para limpiar la imagen de la Policía Federal.

Dentro de las leyes que García Luna podría haber infringido al ordenar esta producción audiovisual, está la Ley General de Bienes Nacionales, la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos y la Ley Federal de Armas de Fuego y Explosivos. Las denuncias correspondientes por estas presuntas violaciones fueron presentadas por Leticia Quezada, vocera del Partido de la Revolución Democrática en la Cámara de Diputados.

El Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos Personales exigió a la Secretaría de Seguridad Pública, en septiembre de 2011, dar a conocer los documentos en los cuales se autorizó la grabación de esta serie, así como aquellos que revelasen el uso de recursos materiales (equipos e instalaciones) que esta secretaría facilitó a *Televisa* para producir la serie.

Finalmente, cuando el contrato salió a la luz pública, se expusieron las condiciones bajo las cuales se autorizó la grabación de “El Equipo” en las instalaciones de la Secretaría de Seguridad Pública.² Sin embargo, aunque no se especifica el número de efectivos (el personal de la secretaría que participó como extra en la serie), ni las condiciones laborales en que lo hicieron, sí hubo un pago por el uso de helicópteros y armamento. También queda en duda por qué la Secretaría permitió a *Televisa* usar equipo especial empleado para la lucha anticrimen, además de proporcionar información sobre las acciones de combate a la delincuencia.

1. Encuesta Ciudadanía, Democracia y Narcoviolencia (CIDENA, 2011), fue realizada a siete mil 416 mexicanos en el Distrito Federal, Nuevo León, Jalisco, Michoacán, Guerrero, Chihuahua y Estado de México, México, 2011, disponible en: <http://www.simoconsulting.com/home/?p=14>

2. Contrato celebrado el 28 de junio de 2010 entre la Secretaría de Seguridad Pública y la empresa *Televisa* S.A de C.V. Contrato número OM/DGRMSG/AD/022/2010.

En su defensa, Genaro García Luna mencionó el 12 de octubre de 2011, ante la Comisión de Seguridad Pública de la Cámara de Diputados, que la instancia a su cargo autorizó el pago de 118 millones de pesos a *Televisa* para el programa “El Equipo”, con el fin de contrarrestar la campaña mediática de diversos delincuentes e integrantes del crimen organizado, que a través de narco-mantas o mensajes en las redes sociales intimidan a la población.

Presupuesto de la Secretaría de Seguridad Pública Federal

Durante los últimos años, la Secretaría de Seguridad Pública Federal tuvo un presupuesto especial para gastos en medios de comunicación, otorgado por la Secretaría de Gobernación y la Secretaría de la Función Pública. Para el año 2010 se destinó a la oficina gubernamental que tiene a su cargo Genaro García Luna, ocho millones 843 mil 270 pesos. En 2011 el presupuesto fue de 67 millones 162 mil 700 pesos. Para la realización de la serie “El Equipo”, la Secretaría de Seguridad Pública gastó 118 millones 166, 880 pesos, es decir, 13 veces más de lo programado para 2010 y casi el doble de lo presupuestado para 2011. A manera de comparación, vale la pena señalar que el presupuesto anual de operación del Canal 44, la señal de televisión de la Universidad de Guadalajara, es menor a los 40 millones de pesos, una cuarta parte de lo que costó producir la serie de “El Equipo”.

El contrato para la producción de esta serie, que suscribieron la Secretaría de Seguridad Pública y *Televisa*, establece los costos y los tiempos de realización de “El Equipo”. En total, fueron trece capítulos, producidos en tres semanas, con un precio de preproducción, producción y postproducción de 95 millones 442 mil 480 pesos, más el costo de difusión por 22 millones 724 mil 400 pesos.

“El Equipo” se transmitió durante tres semanas y arrancó el 9 de mayo en el horario más importante del Canal de las Estrellas. La producción estuvo a cargo de Pedro Torres, realizador de la serie “Mujeres asesinas” y del reality show “Big Brother”. En el contrato firmado por *Televisa* y la Secretaría de Seguridad Pública se señala textualmente: “La realización y difusión de la serie se realizará sin ánimo de lucro directo o indirecto para la secreta-

ría, por ser de utilidad pública su difusión, en razón de ser material educativo de relevancia nacional y con temática de trascendencia actual”.³

Un infomercial dramatizado por la Policía Federal

Además de los intereses económicos y políticos, la intención de realizar la serie por parte de la Secretaría de Seguridad Pública, fue crear un producto educativo que justificara y mitificara las acciones de la Policía Federal en contra del narcotráfico. El argumento de la serie se basa en la premisa de que el bien siempre triunfará frente al mal y la historia muestra a un equipo de policías, hombres y mujeres, que arriesgan su vida para proteger la de los mexicanos. Los capítulos de la serie inician mostrando la leyenda: “inspirada en hechos reales”. En general, la tónica de esta producción está basada en colocar una gran cantidad de escenas de acción, entremezcladas con historias sentimentales de los personajes, en donde abundan los diálogos forzados.

En el último capítulo y en todas las detenciones de criminales, parece que los elementos federales usarán técnicas especiales; sin embargo, a lo largo de la serie los policías detienen a los malhechores en formas inverosímiles. Se esperaría ver una serie totalmente diferente y llena de acción, como se muestra al inicio del programa, donde se ven helicópteros de la Policía Federal volando sobre la ciudad de México, agentes armados de pies a cabeza, explosiones y disparos de armas de fuego. Pero no es así, sólo vemos cómo los agentes arrestan a importantes narcotraficantes sin el mayor esfuerzo, sin usar armamento y utilizando vehículos que se ven en la vida real. En varias emboscadas los policías llaman a la puerta de domicilios de secuestradores. Se abre la puerta sin interrogación alguna, sin cámaras de vigilancia y sin guardias. Siempre termina en éxito la detención, con música que enaltece los hechos y aplausos de los elementos policiales en el centro operativo.

3. Contrato celebrado el 28 de junio de 2010 entre la Secretaría de Seguridad Pública y la empresa *Televisa S.A de C.V.* Contrato número OM/DGRMSG/AD/022/2010.

Álvaro Cueva, periodista de espectáculos, escribió una columna titulada “El preocupante final de ‘El equipo’”, en el diario *Milenio Jalisco* (30/05/2011), en donde describió a la Policía Federal como una bola de gente poco profesional, que toma decisiones impulsivas y a quien no le importa si desatan un baño de sangre siempre y cuando logren lo que buscan.

Meses después de transmitir “El equipo”, *TV Azteca* anunció la producción de la serie “La teniente”, la cual promoverá la labor de la Secretaría de Marina con el objetivo de resaltar la lucha contra el crimen organizado. Sin embargo, a diferencia de la serie realizada por *Televisa*, la televisora del Ajusco anunció que la Secretaría de Marina no contribuirá con un solo peso para esta producción audiovisual.

Otro caso en el cual el gobierno ha usado producciones para estrategias gubernamentales, ha sido en la serie “The royal tour”. El pasado 2 de noviembre de 2011, se estrenó la serie en el canal *Unicable* de *Televisa*. El programa tenía como objetivo promover el turismo mexicano bajo la conducción de un periodista y del presidente Calderón Hinojosa. En una conversación de muchas horas que sostienen el presidente y el periodista, mientras suben montañas y descienden en rapel, Calderón dijo que se inspiró en la serie “24” para combatir al crimen organizado; además mencionó que sólo hay violencia en puntos muy específicos del norte de México.

Violencia incontrolable

El resultado del estudio que realizó el Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (Obitel) en 2011, reflejó que la violencia social que padece México ya no es tema exclusivo de los noticieros televisivos, porque cada vez más y de diversas formas las telenovelas y series mexicanas están representando en sus historias las dos caras del fenómeno: la violencia desbordada de grupos criminales y las acciones violentas, muchas veces también desbordadas, del gobierno para combatir al crimen organizado.

Obitel es un proyecto de investigación integrado por 11 países (algunos de ellos son Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, Estados Unidos y México), que desde hace seis años tiene como objetivo la observación crítica de los

contenidos de ficción, (telenovelas, series y dramatizados unitarios) de la televisión mexicana y su vinculación con el tratamiento narrativo. Guillermo Orozco, investigador de ese Observatorio y catedrático de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Guadalajara, coincide en que la representación de la violencia en la pantalla de la televisión mexicana ha cambiado debido a lo que está pasando en el país, y series como “El equipo” apuestan al terror para legitimar las funciones del gobierno contra el crimen organizado.

Sin embargo, existen otras series con la misma temática del narco como “La reina del sur” donde se legitima al narcotráfico y no al gobierno. La protagonista de esta serie es una mujer que vende drogas, pero que no las consume y sufre por las desgracias que le ocurren a sus seres queridos. Lo que genera una mayor empatía en el espectador porque es una historia verídica y más cercana a la realidad del país. “El equipo” refleja una cara ideal, pero no real del crimen organizado, lo que genera una menor aceptación hacia el ciudadano.

Al final, los afectados somos los ciudadanos, refiere Guillermo Orozco, porque “es un golpe fuerte para la democracia de este país que está prendida con alfileres, ya que es una estrategia que puede tener efectos importantes, porque a través de lo que más nos divierte nos están diciendo cómo pensar, sentir y vivir la realidad social y pareciera que no tenemos que hacer ningún esfuerzo para entender argumentos políticos. Se está haciendo publicidad comercial y propaganda política integradas en los espacios de ficción que no están reglamentados. En este caso el Instituto Federal Electoral (IFE) tiene que regular las estrategias políticas, que se están transmitiendo de manera naturalizada en toda la programación de ficción en la televisión”.

¿Cómo abordar la representación de violencia? Guillermo Orozco señala que se debe afrontar con profesionales en la materia, con sus contrapartes y no con la misma Secretaría de Seguridad Pública, encaminada a crear conciencia que lleve a reflexionar y tomar acciones a favor o en contra de la violencia.

Es muy importante poner atención a este tipo de producciones, porque además de indicar a las audiencias

cómo pensar, sentir y vivir la realidad social, la ficción en las series y telenovelas se está construyendo con la agenda pública. Por lo que la televisión abierta se convierte en herramienta política para exponer estrategias gubernamentales.