

## Para un análisis semiótico de la televisora

Categoría: 183-Tema del mes

Publicado: Lunes, 01 Diciembre 2025 17:41

Escrito por Fernando Buen Abad Domínguez

---



Tv Azteca no nació como un fenómeno cultural autónomo ni como un emprendimiento empresarial aislado; nació como un manotazo ideológico-mercantil oligarca en sus alianzas neoliberales como vector de una semiótica del poder que encontró en la televisión una prótesis para la reproducción de su estulticia. Los favores del poder fueron televisados.

Toda su historia -desde su privatización exprés hasta la consolidación de su retórica sensacionalista, doctrinaria y mercantil- es una crónica de cómo el capital mediático se fusiona con el poder político que manipula para fabricar consensos, disciplinar percepciones y

## Para un análisis semiótico de la televisora

Categoría: 183-Tema del mes

Publicado: Lunes, 01 Diciembre 2025 17:41

Escrito por Fernando Buen Abad Domínguez

---

naturalizar los privilegios. La frase “los favores del poder fueron televisados” no es un juicio moral, sino una descripción materialista: hubo beneficios, hubo pactos, hubo mecanismos de blindaje político, hubo propaganda disfrazada de entretenimiento, y todo ello se volvió espectáculo para que la relación entre la élite gobernante y la élite mediática pareciera algo normal, inevitable, incluso patriótico.

Un análisis semiótico-histórico exige revisar el origen del signo televisivo que reproduce Tv Azteca. No se trata sólo de imágenes: es un régimen de signos. La pantalla funciona como dispositivo de simplificación, dramatización y alineamiento. El signo televisivo empresarial se articula alrededor de tres operaciones semióticas: primero, la espectacularización, que convierte todo conflicto social en entretenimiento para neutralizarlo; segundo, la personalización, que reduce la lucha de clases a un drama individual y sentimental; tercero, la mercantilización, que convierte incluso la desgracia en una mercancía. Tv Azteca se especializó en estas operaciones desde su origen, porque así se correspondía con la exigencia política de su nacimiento, ofrecer estabilidad simbólica al mismo poder que le regaló concesiones, ventajas regulatorias y un mercado publicitario prácticamente cautivo. Mucho embute y mucho gasto propagandístico gubernamental.

Cuando en los años 90 el Estado mexicano transfirió parte de su poder televisivo a la nueva empresa, no estaba democratizando el espectro: estaba sustituyendo un monopolio estatal-privado por un duopolio funcional al modelo neoliberal emergente. Se reconfiguró la semiótica de la obediencia. Tv Azteca aparece como “competencia”, pero en realidad es un doble reforzado, dos bocas para una sola ideología dominante. El signo de la pluralidad operaba como una máscara. Al mismo tiempo, se vendía como un imaginario colectivo en el que la televisión ya no era sólo entretenimiento, sino árbitro moral, juez emocional y orientador político. Aunque la empresa se presentaba como la modernización mediática de México, en realidad actuó como amplificador de la política de despojo económico que avanzaba y como legitimadora de gobiernos que se beneficiaban de la violencia simbólica que ella misma producía. La semiótica del “país que avanza” fue construida a contracorriente de la realidad social que se deterioraba. Con mucho fútbol.

En la pantalla de Tv Azteca, los favores políticos no solamente se

Pálido Punto de Luz

Claroscuros en la educación

ISSN 2594-0597 <https://pálido.deluz.com.mx>

## Para un análisis semiótico de la televisora

Categoría: 183-Tema del mes

Publicado: Lunes, 01 Diciembre 2025 17:41

Escrito por Fernando Buen Abad Domínguez

---

mencionaban, se narraban como épica. Se disfrazaban de éxito empresarial, de patriotismo económico o de renovación generacional. El poder político necesitaba un medio que dramatizara la narrativa del nuevo México: competitivo, privatizado, “global”, obediente al capital financiero. Y Tv Azteca cumplió. Sus noticieros fabricaron una estética de la urgencia, en la que el conflicto social era minimizado o presentado como anomalía, nunca como consecuencia estructural. Sus programas de opinión funcionaron como dispositivos de persecución simbólica contra cualquiera que amenazara la estabilidad del régimen. La semiótica no es sólo contenido: es tono, es ritmo, es encuadre, es silencio. Tv Azteca dominó el arte de los silencios estratégicos, que son tan ideológicos como sus editoriales.

Su televisión privada no se limita a informar: codifica comportamientos. La historia semiótica de Tv Azteca es la historia de cómo una nación fue enseñada a mirar. Mirar con desconfianza al pobre, con fascinación al millonario, con sumisión al poderoso, con morbo al crimen, con indiferencia al origen social de la violencia. La pantalla construyó un país donde la desigualdad aparece como un paisaje natural, donde el sufrimiento se vuelve espectáculo y donde la corrupción es un escándalo momentáneo que no altera el orden jerárquico. En esa narrativa, el poder político siempre aparece como árbitro, nunca como responsable estructural. Así se televisan los favores: convirtiendo la complicidad en paisaje, la violencia en *rating* y la injusticia en costumbre.

Esa semiótica histórica de Tv Azteca incluye, necesariamente, la arquitectura legal que la sostiene. Leyes hechas a la medida, concesiones eternizadas, regulaciones laxas o inexistentes y una clase política que utiliza la pantalla como mercado negro de legitimidad. La reciprocidad es total, el poder garantiza el negocio; el negocio garantiza la narrativa. Así, la empresa se convierte en un ministerio no oficial de la ideología, uno que opera sin necesidad de uniformes ni discursos solemnes, porque su poder reside en la naturalidad, en que el espectador crea que lo que ve es “la realidad”. Esa es la victoria suprema de la semiótica burguesa, cuando ya no se siente como ideología, sino como sentido común. Y todo sin pagar impuestos.

Su historia semiótica como empresa está todavía presente. Cada noticiero, cada novela, cada *reality* reproduce un orden semiótico que invisibiliza las causas y exhibe las consecuencias, que culpabiliza al

## Para un análisis semiótico de la televisora

Categoría: 183-Tema del mes

Publicado: Lunes, 01 Diciembre 2025 17:41

Escrito por Fernando Buen Abad Domínguez

---

de abajo y disculpa al de arriba, que convierte la política en escándalo y el escándalo en mercancía. En ese circuito, el poder se televisa no para ser comprendido, sino para ser aceptado.

Es la empresa que el poder necesitó y que contribuyó a consolidar un modelo de control social en el que la obediencia es espectáculo. Los favores del poder fueron televisados, sí, pero no como excepciones, como normalidad. La pantalla no mostró la complicidad, la celebró. No la ocultó, la estetizó. No la denunció, la convirtió en parte de la identidad nacional.

Ese es el núcleo del problema: mientras la televisión siga siendo un aparato para anestesiar la conciencia crítica, cualquier proyecto emancipador deberá confrontar su semiótica, desmontar sus signos, revelar sus operaciones y disputar su hegemonía. Porque la historia de Tv Azteca es una lección sobre cómo el poder se transmite no solamente por decretos, sino por imágenes; no sólo por leyes, sino por narrativas; no sólo por coerción, sino por "seducción". Y mientras esa maquinaria siga intacta, la democracia será una escenografía y la verdad una mercancía.