

# ZOCALO

Comunicación ▶ Política ▶ Sociedad

**19°**  
Aniversario

# LIBERTAD DE PRENSA ¿EN RIESGO?

**Rumorología para boicotear a la 4T**

**La otra Estafa Maestra en *mexico.com***

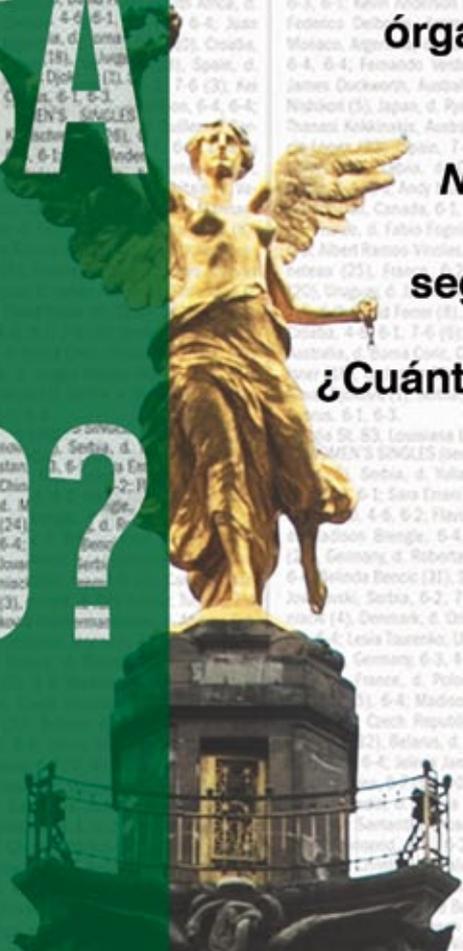
**El *Slow Journalism* como alternativa al periodismo de calidad**

**Impensable en México, un juicio al *Chapo*: Jesús Esquivel**

**Falta horizontalidad y equilibrios en órganos reguladores: Elena Estavillo**

**Noticiero Científico y Cultural cumple segundo aniversario**

**¿Cuánto cuesta conectar a todo el país?: Ernesto Piedras**



Septiembre 2019



0 0211 1102337 1

www.rentazocalo.com.mx

Ejemplar \$30.00 Año XXI Núm. 235



# 6

## Medios masivos *apuestan* por transformación Luis Miguel Carriedo



### Mesa de redacción

4 Libertad de prensa en la 4T



### Cartón de Chelo

5 Desorientados



### Comunicación Política

6 Medios masivos *apuestan* por transformación  
Luis Miguel Carriedo

10 La paradoja pública  
Rodrigo Coronel

13 Rumorología contra AMLO y la 4T  
Ivonne Acuña Murillo

16 Debate necesario entre Presidencia y medios  
Axel Velázquez Yañez



### Periodismo

18 La otra *Estafa Maestra* en *mexico.com*  
Gerardo Albarrán de Alba

25 *Slow Journalism*: una alternativa para el periodismo de calidad  
Claudia Benassini

28 Impensable en México, un juicio al *Chapo*; nuestro sistema judicial obsoleto: Jesús Esquivel  
Diego Ríos

31 *Televisa* y las conveniencias del despido de Carlos Loret de Mola  
Gerardo Montes



### Órganos Reguladores

33 La gobernanza de los Reguladores  
Elena Estavillo Flores



### Medios Públicos

36 ¿Cómo construir el Sistema Público de Radiodifusión para la Ciudad de México? ¿Qué hacer? (Cuarta y última parte).  
Javier Esteinou Madrid



www.revistazocalo.com.mx

revistazocalo@yahoo.com.mx

**Director General**  
Carlos Padilla Ríos  
**Edición**  
Diego Ríos  
**Redacción**  
Rodrigo Ayala

**Arte y Diseño**  
Cristo Rey Policarpo  
Oscar Hernández Vázquez  
Norma Ayala Lara  
Ernesto Martínez

**Corresponsales**  
Naïef Yehya, Estados Unidos  
Manuel de Santiago, Europa  
Ricardo Martínez,

Centroamérica  
Francisco Godínez, Argentina  
Adriana Cedillo, Brasil

**Colaboradores**  
Adriana Hernández, Agustín Pineda, Aleida Calleja, Alejandrina Ponce, Alejandro Navarrete, Alfredo Tenoch Cid Jurado, Antonio Brambila, Antonio Medina, Areli Cano, Axel Velázquez, Balbina Flores, Bernardo Barranco, César Cano, Darwin Franco, Eduardo Huchim, Frambel Lizárraga, Gerardo Albarrán, Gerardo Montes, Graciela Martínez, Guillermo Orozco, Irma Ávila, Israel Tonatiuh Lay, Ivonne Acuña, Jenaro Villamil, Jorge Pulido (†), José Reveles, Lenin Martell, Luis Ángel Hurtado, Luis Josué Lugo, Luis Miguel Carriedo, Manuel de Santiago, Perla Blas, Primavera Téllez, Ramiro Tovar, Luis Guillermo Hernández y Tanius Karam.

**Caricaturista**  
Chelo

**Consejo Editorial**  
Alma Rosa Alva de la Selva, Javier Corral, Javier Esteinou, Rogelio Hernández, María Victoria Llamas (+), Ernesto Villanueva, Manuel Gutiérrez (+), Octavio Islas

28

33

39

43

### 39 Celebra *Noticiero Científico y Cultural* segundo aniversario; convoca a periodistas y consolida versión radiofónica

Rodrigo Ayala

### 41 Nace la agenda digital para la TV pública en Iberoamérica

Diego Ríos



## Telecomunicaciones

### 43 Conectividad para todos ¿Cuánto cuesta?

Ernesto Piedras



## Redes Sociales

### 46 Radiografía de los mexicanos en redes sociales

Luis Ángel Hurtado Razo



## Comunicación Social

### 49 El nuevo rostro de las áreas de Comunicación Social

Ricardo Barraza Gómez



## Electoral

### 52 La prevención en el combate a la corrupción

Jesús George Zamora



## Perspectiva de Género

### 54 Razones y sinrazones de la violencia contra las mujeres

Tanius Karam

### 57 Representación de los feminicidios en la prensa escrita mexicana

Frambel Lizarraga y Norma Miriam Rodríguez Domínguez



## Campus

### 59 Demanda Enrique Graue sanciones contra actos de corrupción y respaldo para universidades públicas

Redacción

### 60 Inaugura ANUIES Centro de Innovación y Desarrollo “Alfonso Rangel Guerra”, gran humanista regiomontano

Redacción

### 61 Legisladores por *nuevo examen a Ley Orgánica de la UAEMex*

Bettina Falcón Valerdi



## Legislación

### 62 Arranque y freno de la LX Legislatura. ¿Ahora sí vendrán cambios?

Bettina Falcón Valerdi

Carmona, Maricarmen  
Fernández Chapou, Beatriz  
Solís y Gabriel Sosa Plata

#### Administración

Nancy Rodríguez

#### Circulación

Enrique Roldán

Carlos Arriaga (†)

#### Monitoreo

Medialog

#### Suscripciones

Berenice Piña

Certificado de Licitud de Título No. 12280 y Licitud de Contenido No. 8943, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, expedidas con fecha 7 de abril de 2003.

Zócalo, Comunicación, Política y Sociedad, es una reserva para uso exclusivo, otorgada por la Dirección de Reserva de Derechos del Instituto de Nacional de Derechos de Autor, bajo el número 04-2017-030215503500-102. Número de ISSN 1665-8698.

Domicilio en Calzada México Tacuba No. 235, 4 Piso, Colonia Popotla, Delegación Miguel Hidalgo. C.P.11400. Tels. 5341-6590, 5341-6597. Correos [revistazocalo@yahoo.com.mx](mailto:revistazocalo@yahoo.com.mx), [alternativamedios@gmail.com](mailto:alternativamedios@gmail.com). Web: [www.revistazocalo.com.mx](http://www.revistazocalo.com.mx).

Impreso. Multigrafica Publicitaria. S.A. DE C.V.

Democracias No. 116, Col. San Miguel Amantla

Del. Azcapotzalco. CDMX C.P. 02700 Suscripciones. Precio por ejemplar 30 pesos. Suscripción anual 350 pesos. Por 12 números.

Ventas: Sanborns de toda la República mexicana. Puestos de periódico, librerías cerradas y universidades.

Registro Postal. Porte Pagado. Publicaciones Periódicas PP09-1915.

Autorizado por SEPOMEX. Certificación de circulación y cobertura geográfica. 042-AACGM-521-19



#### SUSCRIPCIONES

5342 - 6430 y 2465 - 0598

[suscripcioneszocalo@yahoo.com.mx](mailto:suscripcioneszocalo@yahoo.com.mx)

12 ejemplares Digital: \$350 Impresa: \$400

#### Síguenos en:



@RevistaZocalo



Revista Zócalo



Zócalo Medios



Certificación de circulación y cobertura geográfica. 042-AACGM-521-19



# ¿Cómo construir el Sistema Público de Radiodifusión para la Ciudad de México? ¿Qué hacer?



Javier Esteinou Madrid\*

Cuarta y última parte

Para construir el *Sistema Público de Radiodifusión de la Ciudad de México* (SPRCDMX), siguiendo el espíritu de independencia, autonomía y vocación de servicio público que le asigna la *Constitución Política de la CDMX*, deberán considerar entre otras las siguientes acciones:

### Sobre su naturaleza

1.- La esencia del *SPRCDMX* debe partir de reconocer prioritariamente la garantía del derecho humano a la comunicación, y a las audiencias como sujetos de derechos, sobre todo cuando la vinculación de estas con los medios se ha multiplicado y, en tanto audiencias, los ciudadanos estamos más expuestos a los mensajes mediáticos y a la violación de nuestros derechos.<sup>1</sup>

2.- Debe funcionar como una herramienta que permita el constante ejercicio del *Derecho a la Información*, el fomento de las garantías comunicativas de los habitantes, la edificación de la democracia y la creación de bases civilizatorias para mejorar la vida cotidiana de los ciudadanos en esta región del país.

3.- Su naturaleza debe mantener los objetivos de propiciar la libertad, la pluralidad, la independencia, el debate, la formación de identidad nacional, impulsar el desarrollo del hombre, respaldar la educación, crear ciudadanía, fomentar el pensamiento crítico, la participación nuclear, la inclusión social. En una idea, convertirse en palancas de desarrollo humano y comunitario.

4.- El sentido de su existencia

no debe ser convertirse en una competencia para los medios comerciales privados, sino actuar como una herramienta para construir la democracia y el desarrollo social, que son tareas no cubiertas por los canales comerciales, cuya meta central es la realización legítima del máximo negocio a través de la difusión de información. Por consiguiente, sus líneas programáticas deben girar alrededor de producir información para colaborar a solucionar las grandes problemáticas de la agenda del Valle de México.

5.- El *SPRCDMX* no debe alterar su función social de *comunicación de servicio público* por intentar encarar el desafío que implica la conquista del *rating*. En este sentido su misión no debe medirse o calcularse con los criterios

mercantiles de la comunicación comercial, sino con indicadores de fomento al crecimiento humano. Por consiguiente, su evaluación no debe guiarse por los criterios de penetración comercial, sino por las directrices de influir comunitariamente para detonar el desarrollo social.<sup>2</sup>

6.- Debe contribuir a crear puentes de diálogo ciudadano abierto y plural que permitan realizar el encuentro, el debate y los acuerdos para evitar que se rompan los delgados hilos del tejido social.<sup>3</sup> En este sentido, debe “poner en común la realidad” a través del permitir un libre diálogo entre los ciudadanos y el gobierno. Así, tendrá que “ser una herramienta de información y de educación para atender a los ciudadanos, considerándolos con igualdad independientemente de la condición social o económica de unos y otros”.<sup>4</sup>

7.- Se debe evitar por todas las vías normativas que el Sistema se transforme en una institución de propaganda de la Jefatura de Gobierno, partido, funcionario o autoridad en turno, cancelando su naturaleza de auténtico organismo de comunicación de Estado de servicio público. Su operación debe ser diseñada de forma independiente al poder para cumplir

con su misión de comunicación de Estado y de *servicio público* y no para satisfacer los apetitos de control del gobierno coyuntural.

**Impacto en la esfera pública**

8.- Se debe prohibir que el *SPRCD-MX* apoye privilegiadamente a un partido, candidato, funcionario o ideología específica que deforman su naturaleza de canales de Estado de comunicación *servicio público* y lo podrían convertir en una herramienta de lucha política. Por ello, debe mantenerse como una institución ética e imparcial para cumplir con su función virtuosa de construir equilibrios culturales y comunicativos para la sana convivencia colectiva y no generador de enfrentamientos grupales.

9.- El titular del *SPRCDMX* debe ser nombrado con base a su perfil profesional en el campo de la comunicación de *servicio público* y no elegido por el nivel de compadrazgo político, amistad generacional o la práctica de “relaciones públicas” oportunistas que fomentan la discrecionalidad comunicativa y refuerzan el viejo pacto político comunicativo. Será fundamental que tal responsabilidad se determine a través de la realización de convocatoria pública para que los ciudadanos puedan concursar abiertamente por tal cargo.



**Su autonomía**

10.- La autonomía del *SPRCDMX* debe partir del principio de realidad elemental que formula que no puede existir soberanía cultural y comunicativa de los medios de *servicio público*, sin tener independencia económica. Por ello, es

fundamental establecer nuevas formas jurídicas que permitan que el Sistema pueda contar con financiamiento amplio. De lo contrario, quedará atrapado en el círculo vicioso de la dependencia a los intereses del poder en turno.

11.- Es primordial que el *SPRCD-MX* no se convierta en un instrumento que amplifique publicitariamente la imagen y las acciones del actual gobierno de izquierda nacionalista, sino que debe operar medularmente como institución de Estado que permita que la sociedad se exprese a través de esta institución para discutir en el espacio público sus problemáticas centrales y buscar las alternativas de solución a las mismas.

**El financiamiento**

12.- Debe tener un marco jurídico favorable que le permita comercializar competitivamente sus productos y servicios para enfrentar el desafío de la competencia informativa.

13.- Las fuentes básicas de financiación del *SPRCDMX* deben ser, entre otras, la comercialización no lucrativa de tiempo aire, venta de productos y servicios, patrocinios, donaciones, presupuesto público, ingresos por derechos de autor, la deducibilidad fiscal para impulsar la producción audiovisual, y fórmulas novedosas para el fomento de la producción, incluyendo la distribución de fondos mediante concursos públicos y abiertos.<sup>5</sup>

14.- El acuerdo de “*Política de Comunicación Social del Gobierno Federal*” para el período 2018-2024, que formula en su Artículo 12° que “cuando se trate de producción de materiales debe privilegiarse su elaboración en medios públicos”<sup>6</sup>, deberá ser aprovechada al máximo

para que mediante este recurso normativo, el *SPRCDMX* obtengan otra manera de fondeo económico alterno por parte del Estado.

### Los contenidos

15.- El *SPRCDMX* podrá difundir la información oficial del gobierno y las declaraciones de los principales actores políticos que sean útiles para la vida cotidiana de los ciudadanos, pero fundamentalmente deberá generar elementos informativos para la reflexión, el análisis, la crítica, la propuesta; hacer periodismo de investigación que ayude a los públicos a desentrañar la confusión simplista de las causas que producen los problemas sociales y presenten alternativas para sus posibles resoluciones.<sup>7</sup>

16.- Tendrá que contribuir a la formación de la diversidad en todos los ámbitos, lo cual debe de ir más allá de ofrecer diferentes tipos de programación en la pantalla; sino satisfacer las necesidades de información e intereses de todas las de las comunidades y dar voz a los ciudadanos.<sup>8</sup>

17.- La programación del *SPRCDMX* debe diferenciarse sustancialmente del modelo de negocios de los medios privados, no sólo mimetizando los formatos y temáticas de los canales comerciales, sino se requiere que implemente una amplia creatividad, calidad e innovación comunicativa desde la perspectiva ciudadana y no oficial.<sup>9</sup>

18.- Para cumplir con el espíritu de la comunicación de *servicio público* la planificación de su programación debe estar acorde con las prioridades del “*Plan Global de Desarrollo de la CDMX*” y no divorciada de este.

### Participación ciudadana

19.- El *SPRCDMX* debe ser fiscalizados por la sociedad para ga-

rantizar su independencia y operación de calidad. En este rubro cobra una gran relevancia la creación específica del *Consejo Ciudadano* de programación para velar que se cumpla con esta finalidad.

### Construcción del proceso de comunicación de servicio público

20.- Con el fin de alcanzar su eficacia con base en su naturaleza específica de sistema público, el *SPRCDMX* debe implantar una cultura de comunicación del *servicio público* y no una mentalidad rentista del mercado, que domina el horizonte general de la radiodifusión nacional, incluso de los medios de difusión de Estado.

21.- Finalmente, se requiere que el *SPRCDMX* construya dinámicas de comunicación entre emisores y sociedad, y no solamente procesos de difusión de enormes volúmenes de flujos de información unidireccional del gobierno hacia los auditorios, sin posibilidad de respuesta de estos últimos en el *espacio público mediático*. La sociedad mexicana quiere tener verdaderos *medios públicos*, no más medios oficiales, es decir, instituciones que sean espacios de comunicación en beneficio del desarrollo de los niveles de vida de las comunidades, y no aparatos informativos para la legitimación de los intereses oficiales, del gobierno, del Congreso, del Presidente, de la burocracia o de los funcionarios en turno. 🍌

\*Investigador Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F. [jesteinou@gmail.com](mailto:jesteinou@gmail.com)

<sup>1</sup>Orozco, Guillermo y Franco, Darwin, “Recuperar el sentido público de los medios”, en: Revista Zócalo, No. 224, Año XIX, Comunicación, Política y Sociedad, Ciudad de México, México, octubre de 2018, página 18, [www.zocalo.com.mx](http://www.zocalo.com.mx)

<sup>2</sup>Madrazo Lajous, Alejandro, “Aportaciones Para Una Nueva Legislación de Medios”, Tercer Congreso Internacional: Regulación y Futuro Digital de los Medios Públicos, Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales A.C, México, D.F, Palacio de Minería, 27 y 28 de septiembre del 2007, versión electrónica, página 4.

<sup>3</sup>Calleja, Aleida, “Los medios públicos en tiempos de crisis”, en: Revista Zócalo, No. 178, Año XIV, Ciudad de México, México, diciembre de 2014, página 17, [www.zocalo.com](http://www.zocalo.com)

<sup>4</sup>“Dictamen que presentan las comisiones unidas de normatividad, estudios y prácticas parlamentarias; y de administración pública local por el que se expide la ley de radiodifusión de la ciudad de México”, Comisiones Unidas de Normatividad, Estudios y Prácticas Parlamentarias; y de Administración Pública Local, I° Legislatura, Congreso de la Ciudad de México, Ciudad de México, mayo 2019, página 15.

<sup>5</sup>Madrazo Lajous, Alejandro, “Aportaciones Para Una Nueva Legislación de Medios”, Obra citada, página 9.

<sup>6</sup>“Acuerdo por el que se establece la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal”, Diario Oficial de la Federación (DOF), No. 13, Tomo DCCLXXXVII, Primera sección, Secretaría de Gobernación, Poder Ejecutivo, Gobierno de la República, 17 de abril de 2019, [https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5558048&fecha=17/04/2019](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5558048&fecha=17/04/2019), (Consultado el 18 de abril de 2019).

<sup>7</sup>Calleja, Aleida, “Los medios públicos en tiempos de crisis”, en: Revista Zócalo, No. 178, Año XIV, Comunicación, Política y Sociedad, Ciudad de México, México, diciembre de 2014, página 17, [www.zocalo.com](http://www.zocalo.com)Calleja; Aleida, “Nuevo gobierno y medios públicos”, en: Revista Zócalo, No. 226, Año XIX, Comunicación, Política y Sociedad, Ciudad de México, México, diciembre de 2018, página 11, [www.revistazocalo.com](http://www.revistazocalo.com)

<sup>8</sup>Foro: “Hacia una agenda legislativa en materia de comunicación social”, Mesa No. 2, Partido Morena, H. Cámara de Diputados, Congreso de la Unión, Palacio Legislativo de San Lázaro, Ciudad de México, México, 24 de septiembre de 2018, página 14, [https://www.canaldelcongreso.gob.mx/vod/reproducir/0\\_5zmlyde0/Foro%3A\\_Hacia\\_una\\_agenda\\_legislativa\\_en\\_materia\\_de\\_comunicacion\\_publica.\\_Parte\\_II](https://www.canaldelcongreso.gob.mx/vod/reproducir/0_5zmlyde0/Foro%3A_Hacia_una_agenda_legislativa_en_materia_de_comunicacion_publica._Parte_II), (Consultado el 28 de octubre de 2018).

<sup>9</sup>Trejo Delarbre, Raúl, “Radiodifusión pública: oportunidad para hacer la diferencia”, en: Revista Zócalo, No. 176, Año XIV, Comunicación, Política y Sociedad, Ciudad de México, México, octubre de 2014, página 47, [www.zocalo.com](http://www.zocalo.com)