

# ZOCALO

Comunicación ▶ Política ▶ Sociedad



## Periodismo de investigación; contrapeso al poder

- Reporteros independientes indagan y exhiben corrupción
- ¿Indiferencia de autoridades electorales ante “guerra sucia”?
- Tribunal Electoral abre puerta a la compra de espacios en medios
- Ante desinformación en plataformas digitales, mediación de periodistas
- Un año después, sin aclarar el homicidio de Miroslava Breach
- Inadmisibles proselitismo electoral en radio y televisión pública



Ejemplar \$30.00  
Marzo 2018 Año XVIII Núm. 217  
\$30.00



www.revistazocalo.com.mx



# 9

## El periodismo de investigación, y la construcción de la ciudadanía

Tanius Karam

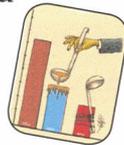


### Mesa de redacción

4 Derecho de réplica en casos de información falsa



### Cartón de Rapé



5 "Cuchareadas"



### Para seguirle la pista

6 Advierten de opacidad en relevo de comisionados del IFT



### Periodismo de investigación

- 9 El periodismo de investigación, y la construcción de la ciudadanía  
Tanius Karam
- 13 ¿El periodismo de investigación le sirve a la gente o le sigue hablando al poder?  
Rafael Cabrera
- 15 Periodismo en el país del "nunca pasa nada"  
Arturo Ángel Mendieta
- 17 Trabajamos pese al asedio: Osorno  
Perla Blas
- 19 La profundidad define al periodismo de largo aliento: Ana Lilia Pérez  
Mauricio Coronel Guzmán

21 Una investigación periodística suele ser caótica, rara vez sigue un orden: Carlos Bravo  
Mauricio Coronel Guzmán

23 Mexicanos Contra la Corrupción impulsa el periodismo colaborativo con impacto social:  
Leonardo Núñez  
Carlos Padilla Ríos

25 "Quinto Elemento"; investigación desde la independencia  
Perla Blas

27 Formación de periodistas y libertad de expresión  
María Teresa Juárez

28 Derecho al buen periodismo  
Darwin Franco y Guillermo Orozco / OBITEL México

30 Nuevo manual de periodismo de investigación (Reseña)

31 Corrupción vs transparencia: 65 rostros del *modus operandi* en México  
Adriana Hernández del Lago

34 Los valores del periodismo son los mismos, pero antes revisábamos muchas cajas con información:  
José Reveles  
Redacción



### Electoral

35 INE y Tribunal electoral, indiferentes ante expresiones de guerra sucia  
Gerardo Israel Montes

**Director General**  
Carlos Padilla Ríos  
**Edición**  
Mauricio Coronel Guzmán  
**Corrección de estilo**  
Teresa Rojas  
**Arte y Diseño**  
Irma Dínorath Palma  
Fernanda Galindo Esquivel

**Corresponsales**  
Naief 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 Navarret, Alfredo Tenoch Cid Jurado, Antonio Brambila, Antonio Medina, Areli Cano, Balbina Flores, César Cano, Darwin Franco, Eduardo Huchim, Frambel Lizárraga, Gerardo Albarrán, Gerardo Montes, Graciela Martínez, Guillermo Orozco, Irma Ávila, Israel Tonatiuh Lay, 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 Tova y Tanius Karam  
**Redacción**  
Perla Blas, Anayeli García, Norma Ramírez, Alan Tapia, Aldo Nicolai, Alejandro Aranda y Erandi León  
**Caricaturistas**  
Rapé, El Fer  
**Consejo Editorial**  
Alma Rosa Alva de la Selva, Javier Corral, Javier Esteinou, Rogelio Hernández, María Victoria Llamas (+), Ernesto Villanueva, Manuel Gutiérrez (+), Octavio Islas Carmona, Maricarmen Fernández Chapou, Beatriz Solís y Gabriel Sosa Plata



www.revistazocalo.com.mx  
alternativamedios@prodigy.net.mx



- 38 **TRIFE pretende abrir mercado de propaganda política**  
Fernando Vargas
- 40 **Portal clandestino Pejeleaks, guerra sucia digital para desacreditar a AMLO**  
Aldo Nicolai y Mauricio Coronel

 **Medios Digitales**

- 42 **La batalla contra la desinformación: el periodista, mediador entre los consumidores digitales**  
Claudia Benassini F.

- 45 **Cuencas y espejitos: el INE y Facebook**  
Aleida Calleja

 **Comunicación Política**

- 47 **Oportunismo y pragmatismo, adiós a las ideologías**  
Manuel Tejeda Reyes
- 49 **La subordinación mercantil de la cultura y las comunicaciones dentro del TLC: Otras consecuencias**  
Javier Esteinou Madrid \*

 **Transparencia**

- 51 **Participación social: acicate en combate a la corrupción**  
Areli Cano
- 53 **Falta voluntad política para combatir la corrupción: Areli Cano**  
Carlos Padilla Ríos

 **Periodismo**

- 55 **Un año después, asesinato de Miroslava Breach, sin resolverse**  
Balbina Flores
- 57 **Periodismo castigado**  
Ricardo Ham
- 59 **The Post: poder, libertad y prensa**  
Rodrigo Coronel

 **Medios**

- 61 **El inadmisibles proselitismo de los medios públicos**  
Adriana Solórzano Fuentes
- 63 **La Radio alinea contenidos en tauromaquia; regulación pendiente (Tercera y última parte)**  
Perla Blas
- 67 **El discurso de la Expropiación Petrolera a 80 años**  
Axel Velázquez Yáñez

 **Cultura**

- 69 **Humildad en el pensamiento de Umberto Eco**  
Alfredo Tenoch Cid Jurado
- 71 **La isla de las salamandras azules**  
Víctor Roura

 **Reseñas y tesis**

**Fotografía**  
Cuartoscuro  
**Fotografía de Portada**  
Centro Lázaro Cárdenas y  
Amalia Solórzano

**Administración**  
Nancy Rodríguez  
**Circulación**  
Enrique Rodán  
Carlos Arriaga (+)  
**Monitoreo**  
Medialog  
**Publicidad**  
Martha Palma  
**Suscripciones**  
Miriam Alvarado  
Lizbeth Villanueva

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, alternativamedios@gmail.com. Web: www.revistazocalo.com.mx.  
Impreso. Multigráfica Publicitaria, S.A de C.V. Avenida No. 15 Col. Granjas Esmeralda, Delegación Iztapalapa. C.P. 09810  
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.

**SUSCRIPCIONES**

5342 - 6430 y 2465 - 0598  
suscripcioneszocalo@yahoo.com.mx  
12 ejemplares x \$350

**Síguenos en:**

-  Revista Zócalo
-  Zócalo Medios

-  Revista Zócalo
-  @RevistaZocalo
-  Zócalo

# La subordinación mercantil de la cultura y las comunicaciones dentro del TLC: Otras consecuencias

• Javier Esteinou Madrid \*

Tercera de cuatro partes

Emanado de la renegociación del Tratado de Libre Comercio de México con Estados Unidos y Canadá durante 2017 y 2018, la sociedad mexicana experimentará diversas consecuencias relevantes en el terreno de la cultura y las comunicaciones, ya que en los acuerdos económicos, el Estado mexicano nuevamente dio prioridad a la lógica de la ganancia económica, por encima de otras dinámicas de planificación cultural estratégica para generar el desarrollo colectivo más equilibrado, y no sólo la producción de negocios lucrativos.

De esta forma, se generarán entre otras, las siguientes consecuencias:

## I.- Consecuencias

### 11.- La desregulación y auto regulación creciente de las comunicaciones

Con el fin de que funcione el libre comercio con eficiencia se acordó fomentar en las sociedades “modernas” crecientemente competitivas, el libre flujo de la información y no su restricción. Por lo tanto, el funcionamiento de los procesos de comunicación y cultura no debían reglamentarse con leyes rígidas impuestas por el Estado, sino únicamente tendrían que ser gobernados por mecanismos muy flexibles que permitirían la autorregulación de los medios de difusión, como “Códigos de Ética”, “Tribunales de Honor”, “Reglamentos de Buen Comportamiento Profesional” y “autocensura”. Y, evitar la existencia de

complicados y rígidos ordenamientos que obstaculizaran el espontáneo tránsito de la comunicación, ya que inhibiría la inversión económica.

Mediante dicha propuesta desregulatoria sobre el funcionamiento de los medios de información en México y su respectiva substitución por los procesos de creciente auto regulación de los negociadores, las industrias culturales quedarán dirigidas por la concepción y práctica neoliberal extrema del “Estado Cero” en el terreno cultural y comunicativo para crear mayor “eficiencia”, “competencia” y “modernidad”. Esta ideología significa que la acción del Estado como instancia rectora para dirigir a la sociedad, cada vez más, es menos necesaria, y por lo tanto, el proceso del mercado es tan perfecto que puede auto conducir a la comunicación y la cultura por las leyes de la mano invisible de la dinámica del mercado. Así, se justificó que en materia informativa el Estado debe reducirse a su mínima expresión, es decir, a su “fórmula cero”, para dejar que la sociedad, especialmente los procesos culturales y comunicativos, sean conducidos por otros mecanismos “naturales” de autorregulación del mercado y del poder, y no por intervenciones jurídicas regulatorias del poder Republicano central.

Supuestamente con tal dinámica autorregulatoria el mercado por sí mismo resolvería todos los problemas culturales, informativos y sociales de la nación, por lo cual la presencia del Estado debía reducirse a una existencia minúscula en

el ámbito comunicativo, con la menor intervención posible en el terreno público, con el fin de que la dinámica de la “mano invisible” de la oferta y la demanda organizara los procesos de comunicación y de cultura nacional.

Sin embargo, dicha teoría y práctica económico-social-cultural demostró a lo largo del siglo XX y principios del siglo XXI su enorme fracaso y límites al reflejar, finalmente, que toda sociedad moderna para equilibrar los desajustes y las crisis que produce el funcionamiento autónomo o desbocado de la dinámica del mercado por sí misma, siempre requiere la presencia de un sólido Estado rector planificador que introduzca acotamientos y contrapesos armónicos para regular el comportamiento social, es decir, para crear las mínimas condiciones de equilibrio y gobernabilidad social. Por lo tanto, en el México contemporáneo, es indispensable que todas las acciones públicas colectivas, especialmente las comunicativas, queden reglamentadas por las leyes generadas por el Estado (Poder Legislativo), pues de lo contrario se producirían las condiciones estructurales para el surgimiento de grandes espacios de anarquía social<sup>1</sup>.

Es por ello, que la autorregulación de los medios de comunicación vía los Códigos de Ética y otros recursos morales o voluntaristas, son mecanismos colegiados muy útiles que pueden ayudar a garantizar complementariamente el funcionamiento de los medios masivos

de difusión y de las iniciativas culturales, pero nunca deben operar como elementos únicos o independientes para normar y dirigir socialmente dicha acción colectiva estratégica. Una tarea tan central para construir una sociedad democrática, equitativa y participativa no puede quedar expuesta a los altibajos subjetivos, caprichosos, manipuladores o discrecionales de los intereses políticos del poder o sujeta a la mecánica voraz de la *"Mano Invisible del Mercado"*; sino que debe ser reglamentada con todo rigor por el interés colectivo y la concepción del servicio público, como cualquier otro derecho social básico, para garantizar su existencia y sana aplicación jurídica.

De lo contrario, siguiendo el razonamiento de priorizar la lógica autónoma del mercado por sobre el orden social regulado colectivamente por el Estado en base a un orden civilizatorio del bien común, también se puede demandar que no existan reglamentos para organizar a los cuerpos de policía, pues las comunidades por sí mismas pueden auto regular espontáneamente sus delitos. No se requiere una legislación sobre el comportamiento bancario, porque los banqueros se pueden auto regular ellos mismos en beneficio de la sociedad. No es indispensable una legislación sobre la educación básica, pues cada ciudadano puede asegurar por sí mismo de manera espontánea su formación educativa. No es necesario un reglamento fiscal, ya que todos los ciudadanos pueden auto regular voluntariamente el pago de sus impuestos. No se requieren leyes para normar el servicio diario de recolección de basura, porque todos los habitantes se auto regularían para depositar civilizadamente sus desechos en la modalidad correspondiente (orgánica e inorgánica) y los días indicados para tirarla. No son necesarios los semáforos en los cruces viales de las ciudades, ya que todos los conductores pueden respetar con cortesía el paso de los otros choferes. etc. En suma, el Estado sale sobrando como órgano rector de regulación colectiva, porque la sociedad se puede auto

regular espontáneamente a sí misma en todos los órdenes de la vida a partir de la dinámica del mercado<sup>2</sup>.

Debemos considerar que la ética no puede sustituir o suprimir al derecho, sino sólo enriquecerlo y complementarlo. No se puede intercambiar el orden jurídico del derecho por la aplicación de un *"eticómetro"* unilateral de los concesionarios (monopólicos) de los medios de comunicación que es un instrumento subjetivo, optativo y discrecional de buena voluntad, absolutamente frágil ante las fases de presión económica y política reales, como lo ha demostrado la historia de la comunicación nacional a lo largo del siglo XX y principios del siglo XXI: La mera aplicación exclusiva y particular de mecanismos de auto regulación, solamente promueve la permanencia del viejo orden unilateral y desigual de la comunicación y de la cultura que impiden el avance equilibrado del país. Es la estrategia *"moderna"* del *status quo* para dar una imagen de cambio, cuando en el fondo no se transforma nada en su esencia, para que todo permanezca bajo la dominación<sup>3</sup>.

## 12.- El debilitamiento del prototipo de medios de comunicación de servicio público.

Con el debilitamiento del modelo de medios de comunicación de Estado que exigió el esquema de desarrollo del mercado, el sistema de medios comercial-privados se expandirá notablemente en el país, llegando a ser éste el patrón dominante en nuestra atmósfera cultural, y con ello, se privatizará más el campo de lo público y de la conciencia colectiva. Es decir, en la segunda década del siglo XXI las políticas culturales públicas que se elaborarán en el país después de la nueva renegociación del NAFTA, cada vez más, se construirán desde las necesidades privadas de la reproducción del capital, nacional y transnacional, vía la cultura de masas, que introducirá el proyecto de la globalización subordinada, y no

desde las necesidades de avance y humanización de la población local.

De esta manera, al iniciar el Tercer Milenio la herencia que dejará el Estado neoliberal a la sociedad mexicana, vía el nuevo Tratado de Libre Comercio, será contar con menor infraestructura mental y comunicacional para crear la *cultura orgánica* indispensable que demanda el proceso de sobrevivencia social de nuestra República y afianzará más logística cultural mercantil para crear las condiciones subjetivas masivas que faciliten producir la *"cultura rentable"* que permite la reproducción del proceso del capital ampliado, a escala nacional y global. Así, al ser progresivamente regida la cultura y la información por las leyes del mercado globalizado, el proyecto de conciencia y de comunicación colectiva que se producirá en nuestra nación, a través de los medios de difusión masivos y de otras infraestructuras culturales; será crecientemente una propuesta lucrativa vinculada con la dinámica de concentración de mega capital. 📌

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

<sup>1</sup>Para ampliar el proceso de los excesos del mercado y la debilidad del Estado contemporáneo, revisar de Esteinou Madrid, Javier, "El origen ético moral de la crisis del modelo de la Economía Basura", en: Revista Mediaciones Sociales, No. 5, Revista de Ciencias Sociales y de Comunicación, Sección de Comunicación, Grupo de Investigación Identidades Sociales y Comunicación, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Sociología IV, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España, II° Semestre de 2009, páginas 123 a 174, ISSN Electrónico: 1989-0494, <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacionesS2/Indice/indice.html>

<sup>2</sup>Para ampliar este punto consultar Esteinou Madrid, Javier, "El Derecho a la Información y la democratización del Estado Mexicano", en: Revista Iberoamericana de Derecho a la Información, No. 2, Año 1, Programa Iberoamericano de Derecho a la Información de la Universidad Iberoamericana y Fundación Manuel Buendía, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, Plantel Santa Fe, México, D.F., septiembre - diciembre de 1998, páginas 59 a 81.

<sup>3</sup>Antaki, Ikram, "Foro sobre libertad de expresión y responsabilidad social", Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), World Trade Center, México, D.F. 21 de julio de 1998.