

Revista

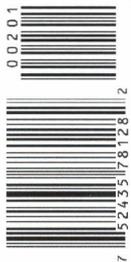
ZOCALO



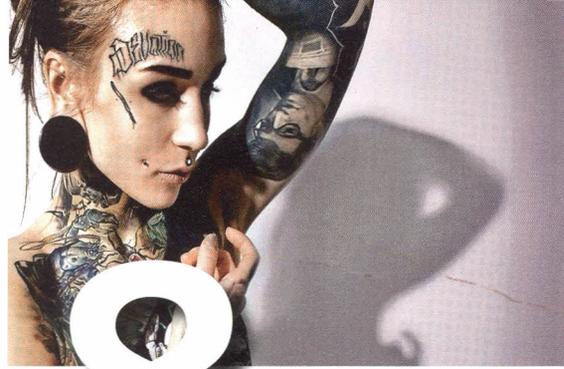
Tatuaje, las fronteras de la piel

- Comunicación visual irreverente, banal y exhibicionista
- Trump: espectáculo, demagogia y caos: Naief Yehya
- Ahora *Televisa* apuesta por el PAN con *La Candidata*: Obitel
- La *selfie* como capital político: César Cano
- Matrimonios igualitarios, ¿cruzada que pierde la Iglesia?: Athié
- Actualización tecnológica y participación, retos de Atei: G. Torres

Ejemplar \$30.00
Noviembre 2016 Año XVII Núm. 201
\$30.00



www.revistazocalo.com.mx



8

El tatuaje como horizonte de expresión Tanius Karam



Mesa de redacción

4 *Imagen Noticias*, más oferta ¿cuánta autonomía?



Cartón de Rapé

5 ¿Sordera legislativa en CDMX?



Para seguirle la pista

6 Agresiones a periodistas, imparables en el Estado de México



Tatuaje

12 Simulacros, accesorios y construcción del sujeto
Blanca Estela López Pérez

15 Imagen y lenguaje, del uso individual a la norma
Alfredo Tenoch Cid Jurado

18 Técnica artesanal, un legado ancestral permanente
Edgar EVzzCò / Tatuador artesanal

21 Un punto de vista de tatuadores
Guillermo Rivera Escamilla

23 *En Piel viva* el tatuaje es un espejo del alma:
Adela Salinas
Mauricio Coronel Guzmán



Internacional

26 Trump: espectáculo, demagogia y caos
Naief Yehya



Telecomunicaciones

29 Nueva cadena de TV ¿más pluralismo?
Aleida Calleja

31 Entre amagos empresariales, Argentina y Perú
debaten legislación Telecom
Carlos Padilla Ríos

33 ¿A quién benefició la reforma de las telecomunicaciones y de la radiodifusión en México?
Contenidos, pluralidad y medios públicos
Tercera de cuatro partes
Javier Esteinou Madrid



Medios digitales

38 *Selfies* o la doble tragedia de Narciso
César Cano

41 Información en línea: la construcción del lector digital
Claudia Benassini Félix

44 Crisis editorial; migración de la imprenta al sistema digital
Adriana Hernández de Lago

46 Derechos de autor; libertad, prohibición y negocio
Luis Josué Lugo

Director General

Carlos Padilla Ríos

Edición

Mauricio Coronel Guzmán

Corrección de Estilo

Guillermo Sánchez

Arte y Diseño

Irma Dinorath Palma

Claudia Aguilar Núñez de Cáceres

Corresponsales

Naief Yehya, Estados Unidos

Manuel de Santiago, Europa

Ricardo Martínez, Centroamérica

Francisco Godínez, Argentina

Colaboradores

Adriana Cedillo, Adriana Hernández,

Agustín Pineda, Aleida Calleja, Alejandro Navarrete, Alfredo Tenoch Cid Jurado, Antonio Brambila, Antonio Medina, Areli Cano, Balbina Flores, César Cano, Darwin Franco, Eduardo Huchim, Frambel Lizárraga, Gerardo Albarrán, Gerardo Montes, Gerson Hernández, 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 Tovar y Tanius Karam

Redacción

Estephania Suárez, Israel Rodríguez

Servicio Social

Miriam Alvarado

Caricaturistas

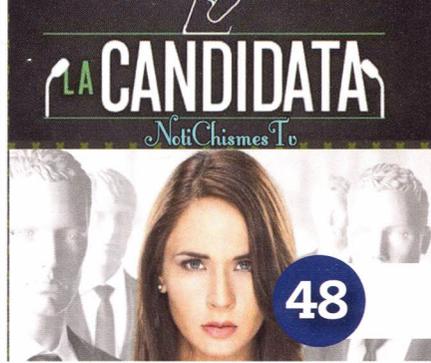
Rapé

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

ZOCALO

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



62



Medios

- 48 *La Candidata*, un apuesta electoral de ficción de Televisa
Guillermo Orozco y Darwin Franco / OBITEL México
- 50 Los medios en la era de las desconfianzas
Gerson Hernández Mecalco
- 52 Maerker gana primer round
Luis Ángel Hurtado Razo



Comunicación política

- 53 Resolución del TEPJF sobre el PVEM, acto de corrupción política
Gerardo Israel Montes



Transparencia

- 55 Información pública en salud para combatir desigualdad
Areli Cano Guadiana



Periodismo

- 57 Candidatura polémica, provocación innecesaria
Axel Velázquez Yáñez



Investigación CONEICC

- 59 Anuario de investigación de la comunicación Coneicc 2016
Blanca Chong López



Cultural

- 62 Matrimonio igualitario, ¿otra cruzada que pierde la Iglesia?
Primera de dos partes
Alberto Athié
- 66 El enlace gay, crónica de un debate en medios y redes
Segunda y última parte
Alejandro Navarrete
- 70 *Mexique 1900-1950*, arte y diplomacia cultural
Valeria Carmona
- 72 Actualización tecnológica y participación, retos de Atei: Gabriel Torres
Carlos Padilla Ríos



Reseñas y tesis



h Herder Editorial

Fotografía
Cuartoscuro
Administración
Nancy Rodríguez
Circulación
Carlos Arriaga (†)
Monitoreo
Medialog
Publicidad
Martha Palma
Suscripciones
Blanca Padilla

Zócalo, Comunicación, Política y Sociedad es una publicación mensual editada en México, D.F., por Proyectos Alternativos de Comunicación, S.A. de C.V., Reserva exclusiva título núm. 04-2000-090816141800-102. Número de certificado lictud de título 12280. Número de certificado de lictud de contenido 8943. Número ISSN 1665-8698. Domicilio: Calzada México-Tacuba 235 cuarto piso, colonia Popotla, Delegación Miguel Hidalgo. C.P. 11400 Tels.: 5341 6590 y 5341 6597, alternativamedios@prodigy.net.mx, revistazocalo@yahoo.com.mx Internet: www.revistazocalo.com.mx. Impreso por Milenio Diario, S.A. de C.V. Avena No. 17 Col. Granjas Esmeralda, Del. Iztapalapa, C.P. 09810. Precio por ejemplar: 30 pesos. Suscripción anual: 350 pesos por 12 números. Venta en Sanborns de toda la República mexicana puestos de periódicos y universidades. Registro postal publicaciones 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

¿A quién benefició la reforma de las telecomunicaciones y de la radiodifusión en México? Contenidos, pluralidad y medios públicos

• Javier Esteinou Madrid*

Tercera de cuatro partes

I.- El contexto

Tres años después de aprobarse la *Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión*, el 11 de junio de 2013 por el Congreso de la Unión, se reconocen avances positivos alcanzados en el ámbito económico-empresarial en esta materia. Sin embargo, no obstante el éxito de tales logros, puede sostenerse que todos ellos favorecieron al modelo dominante de negocio de las telecomunicaciones ya existente en el país, al permitir realizar más *business* con la incorporación de las innovaciones que introdujo la reforma. Los apoyos o ganancias tecnológicas que recibió la población fueron a cambio de contratar los servicios a empresas monopólicas de la comunicación que los proporcionaron.

En este sentido, los ciudadanos no quedaron directamente favorecidos por la reforma, sólo fueron privilegiados en la medida en que aceptaron realizar convenios comerciales con las grandes empresas de telecomunicaciones y de radiodifusión. De esta manera, la sociedad permaneció prácticamente olvidada en el rescate de sus garantías comunicativas básicas reconocidas por la Constitución Política Mexicana en el año 2013. Lo que fundamentalmente se



Olegario Vázquez Aldir, presidente de Grupo Imagen.

protegió con dicha regulación fueron las condiciones para realizar la mayor expansión del gran capital empresarial comunicativo en este nivel del desarrollo económico nacional.

Entre los abandonos, retrasos y limitaciones que se registraron en esta primera etapa, especialmente en la esfera de la regulación de la comunicación, la calidad de los contenidos, los medios públicos, los canales de uso social y la pluralidad, figuran entre otros, los siguientes:

II.- Regulación de las comunicaciones y calidad de los contenidos

Sobre la regulación de las comunicaciones y la calidad de los contenidos audiovisua-

les, encontramos que, opuestamente a lo diagnosticado por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), organizaciones civiles y organismos internacionales, la Secretaría de Gobernación (Segob) autorizó los *Lineamientos de Clasificación de Contenidos Audiovisuales de las Transmisiones Radiodifundidas y del Servicio de Televisión y Audio Restringidos*¹ mediante los cuales los consorcios televisivos ahora pueden modificar sus horarios de programación para transmitir, en las franjas de audiencia infantil, mensajes para adolescentes y adultos con el fin de elevar sus ganancias, sin importar las secuelas psicoemocionales-educativas-culturales que ocasionan en



la formación de las nuevas generaciones.

De esta manera, los pequeños reciben, sin ninguna restricción por parte del Estado, programación de violencia, alcohol, erotismo, adicciones, actividad sexual implícita, lenguaje vulgar, manipulación emocional, prostitución, trata de personas, terrorismo, conflictos emocionales, escenas recurrentes de alto riesgo, constantes desnudos directos e indirectos, connotaciones ofensivas, entre otros; así como mensajes publicitarios de productos que ocasionan sobrepeso, obesidad, hipertensión, diabetes infantil, tabaquismo y alcoholismo. Todo ello afecta seriamente la constitución de su estructura psíquica, emocional, axiológica, conductual, físico-corporal y biológica, lo que provoca graves consecuencias de salud, económicas, educativas, culturales, cívicas, mentales, familiares, entre otras, para las actuales generaciones y el futuro de la nación, ya que los chicos no tendrán elementos de contrapeso formativos para ubicar adecuadamente todos esos caudales de información mediática impropia para su sana evolución mental, afectiva y cultural².

Con relación a la digitalización, pese a que se aplicó esta dinámica en las empresas emisoras de señales, lo que permitió la multiprogramación de las frecuencias, ello no elevó la calidad de los contenidos televisivos. Las empresas dominantes de televisión abierta transmitieron la misma programación que ya tenían al aire, pero ahora bajo la modalidad de una o dos horas diferidas (-1 hora y -2 horas). De esta manera, mediante

apariencias mediáticas, para tener mayores porcentajes de viejo, pero maquillado de moderno y transformado.

El proceso de digitalización, ampliamente publicitado por el gobierno y que creó novedosas alternativas tecnológicas reales de comunicación colectiva, no abrió espacios mediáticos para que los grupos sociales organizados, que representan a los 120 mil millones de mexicanos, pudieran expresar, mediante éstas franjas digitales, sus inquietudes, necesidades y propuestas, con el fin de ayudar a resolver los grandes problemas que afectan su existencia. Sobre todo cuando la sociedad financia, de una u otra manera, la operación de los mismos vía la publicidad, la propaganda, los impuestos federales y estatales, las donaciones, entre otros, y paradójicamente carece de espacios de difusión masiva.

En este contexto de abandonos conti-

En el terreno de los canales de uso social, pese al enorme retraso y abandono del modelo de comunicación comunitario, el Instituto Federal de Telecomunicaciones, en dicho periodo sólo otorgó una concesión para uso indígena.

núa la indefinición de criterios para medir el pluralismo que, junto con la participación en los mercados de las empresas de servicios audiovisuales, permitan incluir medidas efectivas para hacerlo una realidad; la ausencia de los lineamientos

la aplicación de la reforma en telecomunicaciones, se continuó con más del mismo caudal de mensajes tradicionales (telebasura), pero bajo la modalidad de difusión aplazada, con lo que no se transformó nada de fondo, sino sólo se modificó la epidermis, las

para garantizar la neutralidad de la red; las reglas para imponer límites a la publicidad comercial; el mandato legal de promover concesiones de uso indígena en los lugares donde no existan, entre otros temas³.

No obstante que se amplió la infraestructura telefónica, el servicio no mejoró. En los primeros siete meses de 2016 los usuarios presentaron ante la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) poco más de 20 mil 761 quejas, además de una multitud de reclamos directos que se realizaron cotidianamente en las oficinas de tales empresas privadas. De estas protestas, 52 por ciento fueron contra el servicio de telefonía celular por interrupción de llamadas y cobros indebidos⁴. Por otra parte, después de la reforma en telecomunicaciones, poco más de 50 por ciento de los clientes de las grandes empresas de telecomunicaciones no conocen los servicios por los que pagan en el ámbito de internet, telefonía móvil o televisión de paga. Así, por ejemplo, 55 por ciento de usuarios de telefonía móvil, tanto en prepago como en pospago, conocen el número de megabites o gigabites incluidos en su servicio; igual porcentaje de usuarios de televisión de paga saben cuántos canales tiene contratados; mientras sólo 36 por ciento de los usuarios de internet conoce la velocidad a la que puede navegar.⁵

III.- Medios públicos y sociales

Con relación a los medios públicos se evadió el compromiso de crear un capítulo jurídico específico que normara, amplia y detalladamente, los principios constitucionales establecidos en el artículo décimo transitorio del decreto de reforma de las telecomunicaciones, para que dichas instituciones alcanzaran independencia editorial, autonomía de gestión financiera, garantías de participación ciudadana, reglas claras para la transparencia y rendición de cuentas, defensa de sus contenidos, opciones de financiamiento, pleno acceso a tecnologías y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales.

Se limitó la competencia de los medios públicos frente a los comerciales al restringir su financiamiento vía la venta de publicidad comercial. Así, a los medios públicos sólo se le permite recibir apoyos por concepto de donativos en dinero o especie, venta de contenidos propios, patrocinios y convenios de financiamiento o coinversión, con lo cual permanecen muy frágiles económicamente⁶.

Se creó el importante Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR), pero se le otorgaron recursos muy limitados que no le permiten competir relevantemente con el tradicional modelo comercial altamente consolidado. Debido a tales restricciones, sólo se expandió sobre la infraestructura audiovisual de la República y no sobre la red de la radio pública, que también por Ley le correspondía⁷. Se impidió que las universidades públicas recibieran subsidios para realizar la transición digital de sus medios de comunicación, con lo que se obstaculizó su competencia frente a los canales comerciales y se limitó su contribución para erigir un espacio público mediático más humanizado y menos mercantil.

Todo este abandono, desigualdad y desprecio jurídico-político-cultural propiciado por el Estado sobre los medios públicos, comunitarios, ciudadanos y universitarios se agravará con el “ajuste presupuestal” que el gobierno mexicano realizará en 2017, al restringir los apoyos económicos a estos modelos de comunicación social.

Así, por ejemplo, para 2017 el *Canal 11* recibirá 419.4 millones de pesos, lo que significa que entre 2013 y 2017 su presupuesto bajó en 224 millones de pesos, es decir, 13 por ciento. El *Canal 22* dispondrá de 231.4 millones de pesos, lo que representa una reducción de 61.3 millones en lo que va del sexenio y una baja de 11 por ciento. El Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano percibirá 227.3 millones de pesos, 47 por ciento menos que el año pasado. El Instituto Mexicano de la Radio (IMER) recibirá 173.3 millones de pesos, una

mengua de 37.7 millones en los últimos cuatro años, es decir una rebaja de 26 por ciento. Radio Educación tendrá un presupuesto de 76.3 millones de pesos, un descenso, en este sexenio, de 21 millones, es decir, una minusvalía de 25 por ciento. Los recortes obligaron a cancelar proyectos radiofónicos relevantes que existen desde hace 20 años, como la realización de la *Bienal de Radio*⁸.

Paralelo a esta realidad de anemia para los medios de comunicación públicos, otras dependencias del Estado fueron privilegiadas notoriamente en su gasto de publicidad oficial. Por ejemplo, la Presidencia de la República tuvo en 2014 un presupuesto de casi 117 millones de pesos en este rubro; en 2015 fue de 119 millones (dos millones más); en 2016 aumentó a 156 millones (37 millones adicionales entre un año y otro) y para el 2017 sólo disminuirá 2 y medio millones, al ejercer 153.4 millones. Otra dependencia clave, la Secretaría de Gobernación, tuvo un presupuesto de casi 181 millones de pesos en 2016 y para el 2017 se prevé un aumento de unos tres millones para quedar en 184 millones. La Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), que se lamenta de no cumplir con la promesa presidencial de tener más puntos de acceso a internet en instalaciones públicas por el recorte de 26 por ciento a su presupuesto general, sí contará con más dinero para imagen: de 120.4 millones de pesos en 2016 pasará a 131.5 millones en 2017, lo que implica poco más de 11 millones adicionales entre un año y otro⁹.

En el terreno de los canales de uso social, pese al enorme retraso y abandono del modelo de comunicación comunitaria, el Instituto Federal de Telecomunicaciones, en dicho periodo sólo otorgó una concesión para uso indígena, cuyo fin es instalar una red de telefonía celular móvil que proporcionará servicios de voz y datos en localidades de los estados de Oaxaca, Chiapas, Veracruz, Guerrero y Puebla¹⁰; cuatro concesiones de uso social indígena para dar el servicio de radiodifusión sonora en Frecuencia Modulada (FM) en los estados de México, Puebla, Oaxaca y Michoacán¹¹; y siete permisos de radiodifusión transitaron al régimen de concesión que establece la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión¹². Los medios de uso social quedaron severamente arrinconados en su operación cotidiana al autorizarse



que sólo recibieran donativos en dinero o especie, aportaciones y cuotas de cooperación comunitaria, venta de productos y contenidos propios; recursos provenientes de entidades públicas, arrendamiento de estudios y servicios de edición, audio y grabación, convenios de coinversión con otros medios sociales y venta de publicidad a los entes públicos federales, los cuales destinarán el uno por ciento del monto para servicios de comunicación social y publicidad.

Tal situación ocasionó que en 2016 la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) tuviera que analizar la supuesta existencia de “competencia desleal” que argumentaron los concesionarios privados y en la cual se “confunde la obtención de ingresos con el lucro e incide negativamente en la libertad de

Para reforzar la desproporción sistémica del modelo electrónico de comunicación se conservó una desigualdad sobresaliente entre el número y calidad de medios comerciales y los públicos/sociales, al permanecer estos últimos discriminados o dirigidos por el control gubernamental y no por la participación ciudadana. Por ejemplo, en 2016 el escenario mediático del país quedó conformado por 1,745 estaciones de radio y 821 de televisión; dicho universo de radiodifusión se distribuyó de la siguiente forma inequitativa: 416 estaciones permisionadas eran de radio y 328 de televisión; 1,038 estaciones concesionadas eran de radio y 480 correspondían a televisión comercial. Frente a tal panorama desequilibrado única-

culturales que nos hicieron creer que ya no servían. Se recobró la historia oral de las comunidades al reafirmar su ser zapoteco. También sirvió como vínculo con los pobladores que migraron a Estados Unidos, para mantener su cohesión social e identidad, al organizarlos para colaborar, desde la Unión Americana, en la celebración de la fiesta patronal de San Juan Guelavía¹⁶.

IV.- La pluralidad

En cuanto al fortalecimiento de la pluralidad, no se impulsó la producción nacional independiente que podría contribuir a enriquecer la diversidad y la calidad informativa en los medios de radiodifusión, públicos y privados. Esto debido a que, por una parte, su definición jurídica permaneció intencionalmente confusa y gelatinosa para permitir que las filiales o subsidiarias del duopolio televisivo se beneficiaran de la regla que les permitió incrementar el tiempo de comercialización a quienes contrataran al menos 20 por ciento de la programación total a productores independientes. No existió la convergencia que estimulara más pluralidad informativa y más contenidos audiovisuales de calidad¹⁷.

Durante este lapso se dejó de aprovechar las otras 123 frecuencias digitales que no fueron otorgadas a *Grupo Radio Centro* y cuyo usufructo quedó pendiente de ejecutarse, lo que impidió la diversificación del escenario audiovisual controlado por un solo actor dominante, encarnado en la empresa *Televisa*, que fue un objetivo central de la *Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones* del 2013 y quedó ratificado en la ley reglamentaria de 2014. Esta realidad afectó la producción de contenidos televisivos de *Cadenatres* pues, como nueva empresa que se incorpora al mercado, tuvo que competir con el tradicional modelo de televisión comercial duopólica que, cada vez más, fue el principal constructor del modelo de cultura, de gustos, de entretenimiento y de aspiraciones masivas en el país¹⁸.

Con todo ello, parecería que mediante la reforma de las comunicaciones México



mente coexistían con dichos medios comerciales ocho concesiones de radio y 20 de televisión de naturaleza pública; y 14 concesiones de radio y tres de televisión con fines sociales¹⁵.

Esto demuestra el desconocimiento total de que los medios públicos y de uso social pueden ser el verdadero equilibrio y contrapeso al modelo mercantilista de la radiodifusión. Se desprecia con soberbia la capacidad de la radio comunitaria para reconstruir el tejido social y reintegrar a las comunidades alrededor de su propio proyecto de crecimiento. Por ejemplo, el proyecto de la radio comunitaria por internet de San Juan Guelavía, en Oaxaca, logró en poco tiempo que los menores de edad volvieran a hablar el zapoteco; que las familias indígenas revaloraran sus costumbres, cultura, formas de ver y de interpretar el mundo. Se rescataron las prácticas comunitarias para sembrar, curar enfermedades con plantas medicinales. Se retomaron rituales y hábitos

expresión y la pluralidad de voces necesaria (y casi ausente) en la República Mexicana”¹³. Sin embargo, pese a esta argumentación, la Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia declaró, el 21 de septiembre de 2016, que el artículo 89 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, impugnado por las estaciones concesionarias comunitarias e indígenas, para que pudieran vender publicidad o acceder a otras formas de financiamiento con mejores límites y reglas, es constitucional. Por consiguiente, la normatividad no se debe cambiar y los medios comunitarios sólo podrán conseguir apoyos mediante donativos, aportaciones de la comunidad a la que sirven, recursos de entidades públicas para generar contenidos no comerciales, arrendamiento de sus instalaciones y, en el caso de difusoras indígenas o comunitarias, mediante la venta de publicidad a dependencias de los tres niveles de gobierno. Todo ello prolongó el trato discriminatorio para la comunicación social no mercantil¹⁴.

se modernizó en el ámbito infraestructural de la radiodifusión y las telecomunicaciones con gran velocidad, apertura y perfeccionamiento para potenciar los grandes modelos empresariales ya existentes; pero cada vez menos se renovó como una República virtuosa para el ejercicio justo de los derechos comunicativos básicos de los ciudadanos que garantiza la Constitución Política Mexicana. Así, en esta fase inicial se impulsó la tendencia de un fuerte proyecto de mercado, con un cuerpo altamente tecnologizado, para consolidar enormes ganancias corporativas, pero sin corazón social solidario para otorgar integralmente a los sectores históricamente menos favorecidos las garantías comunicativas elementales avaladas por la Carta Magna con el fin de edificar una nación más humana y civilizada. 🍀

Se impulsó la tendencia de un fuerte proyecto de mercado, con un cuerpo altamente tecnologizado, para consolidar enormes ganancias corporativas, pero sin corazón social solidario para otorgar integralmente a los sectores históricamente menos favorecidos las garantías comunicativas elementales.

Octubre de 2016, página 27, www.revistazocalo.com.mx
⁴ Adrián, Arias, "Atiende Profeco más de 20 mil quejas de servicios de Telecom", Periódico *La Crónica de Hoy*, Ciudad de México, 31 de agosto de 2016, <http://www.mediatelecom.com.mx/index.php/telecomunicaciones/organismos/item/116589-atiende-profeco-m%C3%A1s-de-20-mil-quejas-de-servicios-de-telecom>, (Consultado el 2 de septiembre de 2016).

⁵ Posada García, Miriam, "En telecomunicaciones, la mitad de usuarios no conocen los servicios por los que pagan", Periódico *La Jornada*, Ciudad de México, 10 de octubre de 2016, p. 22.

⁶ Al respecto consultar de Esteinou Madrid, Javier, "Los medios de comunicación de Estado dentro de la Reforma Constitucional de Telecomunicaciones en México", en: *Perspectivas de la comunicación en 2015. A 22 años de investigación en el CONEICC*, Coordinación Blanca Chong, Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), México, D.F. septiembre de 2015, páginas 21 a 40.

⁷ Sobre este punto consultar de Esteinou Madrid, Javier, "¿Qué hacer con el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPREM)?", en: *Revista El Cotidiano*, No. 195, Revista de la Realidad Mexicana Actual, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, México, D.F. enero – febrero de 2016, páginas 7 a 16.

⁸ Sosa Plata, Gabriel, "Otra vez, castigo a radio y TV públicas", *Portal Sin Embargo*, Ciudad de México, 13 de septiembre de 2016, http://mediatelecom.com.mx/index.php/radiodifusion/medios-publicos/item/117852-otra-vez-castigo-a-radio-y-tv-p%C3%BABlicas?utm_source=Mediatelecom+list&utm_campaign=038ebdc061-M_xico_25_de_febrero_de_20162_25_2016&utm_medium=email&utm_term=0_482a842d2e-038ebdc061-32587965, (Consultado el 26 de septiembre de 2016); Mejía Barquera, Fernando, "Peña: tijera para radio y tv culturales", Periódico *Milenio*, Ciudad de México, 15 de septiembre de 2016, http://www.mediatelecom.com.mx/index.php/radiodifusion/radio/item/118033-pe%C3%B1a-tijera-para-radio-y-tv-culturales?utm_source=Mediatelecom+list&utm_campaign=038ebdc061-M_xico_25_de_febrero_de_20162_25_2016&utm_medium=email&utm_term=0_482a842d2e-038ebdc061-32587965, (Consultado el 25 de septiembre de 2016).

⁹ Sosa Plata, Gabriel, "Otra vez, castigo a radio y TV públicas", *Obra citada*, página 2.

¹⁰ "El IFT autoriza la primera concesión de uso social indígena para prestar servicios de telecomunicaciones", *Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFETEL)*, Gobierno de México, Ciudad de México, 5 de julio de 2016, <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/el-ift-autoriza-la-primera-concesion-de-uso-social-indigena-para-prestar-servicios-de>, (Consultado el 23 de agosto de 2016).

¹¹ "El pleno del IFT resuelve otorgar concesiones para uso social comunitario", *Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFETEL)*, Gobierno de México, Ciudad de México, 21 de junio de 2016, <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/el-pleno-del-ift-resuelve-otorgar-concesiones-para-uso-social-comunitario-comunicado-682016>, (Consultado el 19 de agosto de 2016); "El IFT aprueba las primeras dos concesiones de uso social indígena

para prestar el servicio de radiodifusión sonora", *Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFETEL)*, Gobierno de México, Ciudad de México, 15 de julio de 2016, <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/el-ift-aprueba-las-primeras-dos-concesiones-de-uso-social-indigena-para-prestar-el-servicio-de>, (Consultado el 22 de agosto de 2016); "El IFT otorga cuatro concesiones de uso social comunitario para prestar el servicio de radiodifusión sonora", *Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFETEL)*, Gobierno de México, Ciudad de México, 21 de julio de 2016, <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/el-ift-otorga-cuatro-concesiones-de-uso-social-comunitario-para-prestar-el-servicio-de-radiodifusion>, (Consultado el 21 de agosto de 2016).

¹² "El IFT otorga cuatro concesiones de uso social comunitario para prestar el servicio de radiodifusión sonora", *Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFETEL)*, Gobierno de México, Ciudad de México, 21 de julio de 2016, <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/el-ift-otorga-cuatro-concesiones-de-uso-social-comunitario-para-prestar-el-servicio-de-radiodifusion>, (Consultado el 21 de agosto de 2016); "El IFT otorga a la UNAM una concesión para prestar el servicio de televisión digital de uso público", *Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFETEL)*, Gobierno de México, Ciudad de México, 14 de agosto de 2016, <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/el-ift-otorga-la-unam-una-concesion-para-prestar-el-servicio-de-television-digital-de-uso-publico>, (Consultado el 23 de agosto de 2016).

¹³ Álvarez, Clara Luz, "Comunitarias, ¿discriminación constitucional?", Periódico *Reforma*, Ciudad de México, 31 de agosto de 2016, <http://mediatelecom.com.mx/index.php/telecomunicaciones/regulacion/item/116557-comunitarias-%C2%BFdiscriminaci%C3%B3n-constitucional>, (Consultado el 3 de septiembre de 2016). Al respecto revisar las cinco argumentaciones precisas que formuló Clara Luz Álvarez sobre el caso.

¹⁴ Fuentes, Víctor, "Sufren revés radios comunitarias", *Boletín AMEDI*, Ciudad de México, 22 de septiembre de 2016, <http://www.amedi.org.mx/sufren-reves-radios-comunitarias/>, (Consultado el 26 de septiembre de 2016).

¹⁵ "Infraestructura de Radio y Televisión. Estaciones autorizadas al 31 de Marzo de 2016", Sección Estadísticas, *Infraestructura de Radiodifusión, Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFETEL)*, Gobierno de México, Ciudad de México, 31 de marzo de 2016, <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/industria/cuadroestadisticodedistribuciondeestacionesmarzo2016.pdf>, (Consultado el 21 de agosto de 2016).

¹⁶ Pérez U, Matilde, "Radio comunitaria por Internet logra que menores revaloren su identidad zapoteca", Periódico *La Jornada*, Sección Sociedad, Ciudad de México, 2 de septiembre de 2016, página 39.

¹⁷ Negrete P, Jorge Fernando, "El universo digital: evolución constante, cambios permanentes", Periódico *Reforma*, Sección Opinión, México, D.F. 27 de junio de 2016, página 4.

¹⁸ Para ampliar dicho aspecto, consultar de Esteinou Madrid, Javier, "Las nuevas cadenas audiovisuales y la construcción de la cultura política en México", en: *Revista Mexicana de Cultura Política*, Vol. No. 8, Nueva Alianza, Primer Semestre de 2016, México, D.F. 6 de marzo de 2016, páginas 60 a 94.

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

¹ Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos", *Diario Oficial de la Federación (DOF)*, Secretaría de Gobernación, Gobierno de México, México, D.F. 4 de noviembre de 2015, www.dof.gob.mx

² Para un acercamiento a esta situación, consultar de Esteinou Madrid, Javier, "La regulación de los contenidos televisivos y el Estado-Cero en México", (Primera de cuatro partes) en: *Revista Zócalo*, No. 191, Año XVI, Comunicación, Política y Sociedad, Proyectos Alternativos de Comunicación, México, D.F. enero de 2016, páginas 51 a 53; Esteinou Madrid, Javier, "La regulación de los contenidos televisivos y el Estado-Cero en México", (Segunda de cuatro partes) en: *Revista Zócalo*, No. 192, Año XVI, Comunicación, Política y Sociedad, Proyectos Alternativos de Comunicación, México, D.F. febrero de 2016, páginas 56 a 59; Esteinou Madrid, Javier, "La regulación de los contenidos televisivos y el Estado-Cero en México", (Tercera de cuatro partes) en: *Revista Zócalo*, No. 193, Año XVI, Comunicación, Política y Sociedad, Proyectos Alternativos de Comunicación, México, D.F. marzo de 2016, páginas 64 a 65; y Esteinou Madrid, Javier, "La regulación de los contenidos televisivos y el Estado-Cero en México", (Cuarta y última parte) en: *Revista Zócalo*, No. 194, Año XVI, Comunicación, Política y Sociedad, Proyectos Alternativos de Comunicación, México, D.F. abril de 2016, páginas 65 a 67.

³ Calleja Aleida, "Tres años con el IFT", *La Silla Rota*, en: *Mediatelecom*, Ciudad de México, 13 de septiembre de 2016, página 27, http://mediatelecom.com.mx/index.php/telecomunicaciones/organismos/item/117850-tres-a%C3%B1os-con-el-ift?utm_source=Mediatelecom+list&utm_campaign=038ebdc061-M_xico_25_de_febrero_de_20162_25_2016&utm_medium=email&utm_term=0_482a842d2e-038ebdc061-32587965, (Consultado el 24 de septiembre de 2016); Calleja, Aleida, "Los Claroscuros del IFT", en: *Revista Zócalo*, No. 200, Año XVII, Ciudad de México,