

Revista

# ZOCALO

ELECCIÓN  
EUA 2016



México  
pasmado

Por LEONARDO CURZIO

El optimismo de  
la desesperación

Roy Campos

EU: encuestas  
y pronósticos

The New York Times

But we also approach the incoming Trump administration without bias. We will cover his policies and his agenda fairly.

## La prensa, pasmada por el triunfo de Trump

- Fallaron encuestas y opinólogos favorables a Clinton
- La sentencia contra Aristegui es acoso judicial: especialistas
- *El Universal* censuró investigación de masacre en Apatzingán
- Derecho de réplica, ¿de qué lado están los ministros?: A. Ramírez
- Defensoría de audiencias, vulnerable protección: A. Solórzano
- *Narcoseries*, entre el paternalismo y el entretenimiento: Benassini



Ejemplar \$30.00  
Diciembre 2016 Año XVII Núm. 202  
\$30.00



www.revistazocalo.com.mx



# 8

## La presidencia de Trump: del *reality show* al desmantelamiento de la democracia

Naief Yehya



### Mesa de redacción

4 Defender a Carmen y a la libertad de expresión



### Cartón de Rapé

5 A los medios del mundo



### Para seguirle la pista

6 Cumple 10 años desaparecido el periodista José Antonio García Apac



### Medios

12 Trump, ¿las redes sociales vencieron a los medios?  
Alejandro Navarrete

15 Comentaristas mexicanos no ocultaron su decepción  
Axel Velázquez Yáñez

17 Donald Trump, el candidato que conquistó Facebook  
César A. R. Cano

21 Encuestas electorales, una falsa narrativa  
Gerardo Israel Montes

24 El “martes negro” para la prensa mexicana (Redacción)

26 México, en la incertidumbre tras elecciones en EU  
Frambel Lizárraga Salas



### Libertad de expresión

28 ¿Control judicial para censurar o para inhibir el pensamiento crítico?  
David Peña

31 La sentencia es acoso judicial: Carmen Aristegui  
Mauricio Coronel Guzmán

34 Impunidad en masacre de Apatzingán y la censura en *El Universal*: Laura Castellanos



### Derecho de réplica

36 Ante debate sobre derecho de réplica, ¿de qué están hechos los ministros?  
Agustín Ramírez Ramírez



### Audiencias

39 Las defensorías de las audiencias en Latinoamérica  
Adriana Solórzano Fuentes

42 ¿Por qué hay que defender a las audiencias?  
Guillermo Orozco y Darwin Franco / *OBITEL México*

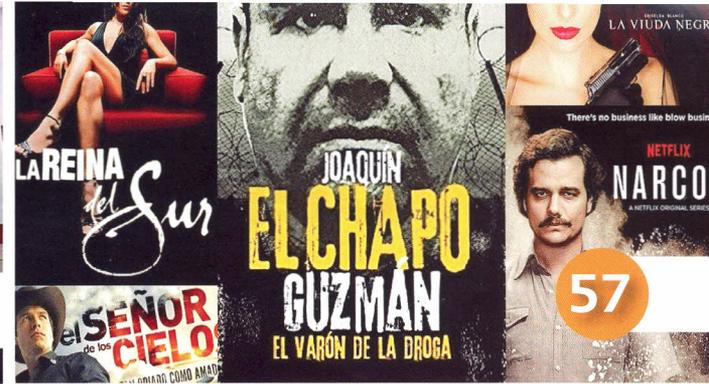
44 Las defensorías de las audiencias y su utilidad  
Gerardo Albarrán de Alba

**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



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



36

39

57

## Telecomunicaciones

- 46 El efecto Trump se siente en la alianza AT&T-Time Warner  
Adriana Hernández de Lago
- 49 Balance en telecomunicaciones al cierre de 2016  
Aleida Calleja
- 52 ¿A quién benefició la reforma de las telecomunicaciones y de la radiodifusión en México?: las consecuencias sociales y qué hacer  
Cuarta y última parte  
Javier Esteinou Madrid

## Televisión

- 57 *Narcoseries*: entre el paternalismo y el derecho al entretenimiento  
Claudia Benassini Félix
- 60 Urge debatir narrativas en programas sobre el narco  
Tanius Karam

## Tribunal electoral

- 63 Tribunal Electoral con jueces de consigna  
Fernando Vargas

## Periodismo

- 57 Medios bajan consumo a las agencias de noticias  
Gerson Hernández Mecalco

- 67 Libertad después de la expresión  
Zoé Robledo

- 68 *Radio Calentana Luvimex*, tres años de comunicación comunitaria  
Balbina Flores Martínez

- 68 La UJAT inaugura su televisora; transmitirá por el canal 35

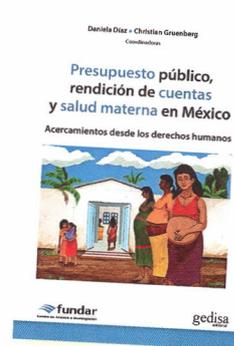
## Cultural

- 69 Matrimonio igualitario, ¿otra cruzada que pierde la Iglesia?  
Segunda y última parte  
Alberto Athié

- 72 Lo ligero de la sociedad moderna  
Alejandrina Ponce-Avilés

- 73 Listo, el reglamento de la Secretaría de Cultura  
Eduardo Nivón Bolán

## Reseñas y tesis



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 lícitud de título 12280. Número de certificado de lícitud 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](mailto:alternativamedios@prodigy.net.mx), [revistazocalo@yahoo.com.mx](mailto:revistazocalo@yahoo.com.mx) Internet: [www.revistazocalo.com.mx](http://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](mailto: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?: las consecuencias sociales y qué hacer

- Javier Esteinou Madrid\*

Cuarta y última parte

## La herencia

Después de aprobarse la *Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión*, el 11 de junio de 2013 por el Congreso de la Unión, hacer un balance tres años después es un periodo corto de tiempo para realizar, de manera global, un recuento contundente sobre los avances y retrocesos que generó dicha iniciativa constitucional en el ámbito de las comunicaciones nacionales. No obstante el poco lapso transcurrido para desarrollar tal evaluación, es posible reconocer diversos progresos que se alcanzaron en el terreno económico-logístico-tecnológico-empresarial de las telecomunicaciones y la radiodifusión nacional.

Sin embargo, pese a la mejoría en estos rubros, también se puede aseverar que existieron múltiples limitaciones y regresiones en la esfera de la competencia, las garantías comunicativas, el acceso a las nuevas tecnologías, la incorporación al espacio público mediático, los medios públicos, los canales de uso social y la pluralidad que generaron fuertes consecuencias para el bienestar de la sociedad mexicana. Por ello, ante todo este preocupante horizonte del modelo electrónico de difusión masiva, en sus primeros tres años de instrumentación, es fundamental preguntar ¿dónde quedó el avance hacia la

edificación de otro prototipo colectivo de comunicación nacional de servicio público que proponía asegurar la *Reforma de las Telecomunicaciones* para reconocer las garantías comunicativas fundamentales de los ciudadanos postpuestas durante más de nueve décadas?

## II. Las consecuencias

Frente a este grave panorama, lo que claramente se constató en este lapso fueron, entre otras, la generación de las siguientes 13 delicadas repercusiones sociales:

1.- Las directrices que se implantaron con la *Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión* se caracterizaron por ser, mayoritariamente, políticas gubernamentales destinadas a proteger cuidadosamente la continuidad de los modelos de negocio de los grandes monopolios dominantes de la radiotelevisión y no políticas públicas orientadas a fortalecer los proyectos ciudadanos de comunicación, diversidad, multiculturalidad y participación civil demandados durante casi un siglo por los mexicanos. En este sentido, se constató el respaldo del Estado para potenciar la infraestructura de las telecomunicaciones para la propulsión del macro modelo empresarial y no para el fomento del proyecto de comunicación ciudadano que intenta crear una sociedad más equilibrada, justa y civilizada.

2.- La comunicación colectiva fue concedida e instrumentada por el Estado, por una parte, como un engrane para el adecuado funcionamiento del sistema económico y no como un derecho humano básico de todos los ciudadanos para construir mejores niveles de vida, condiciones para el ejercicio de la democracia y para la edificación de una sociedad más civilizada. Por otra parte, como una simple mercancía cuya transmisión debía dejar ganancias a los grandes consorcios a corto plazo para avanzar en su proceso de mega acumulación económica.

Debido a ello, las audiencias de los medios de difusión no fueron contempladas como ciudadanos que requieren las dinámicas de comunicación para colaborar a resolver su fase de sobrevivencia cotidiana, sino como simples consumidores que deben adquirir productos y servicios.

3.- Se derrotó el proyecto de comunicación de servicio público que demandó la sociedad durante muchas décadas, al privilegiar nuevamente, de manera desmedida, los intereses del *business* empresarial de los grandes consorcios mediáticos por encima del bien colectivo. Fue la aplicación de un marco legal para proteger la expansión del mercado oligopólico y no el bienestar de los ciudadanos. Ganó el diseño del proyecto privado del país mediante las comunicaciones, sobre la delimitación

del modelo social de *comunidades comunicativas* para lograr una participación colectiva más intensiva y proporcional.

4.- Se ejecutó la continuidad de un modelo mediático para mantener la realización unilateral de negocios de políticos y empresarios a costa de la mejoría de la calidad comunicativa de la sociedad. Así, los consorcios televisivos privados volvieron a ampliar su poder monopólico sobre el Estado, los poderes constitucionales, el espacio público, los partidos políticos y las comunidades, lo cual permitirá que nuevamente sean presionados o subordinados por los poderes fácticos mediáticos durante muchos años más.

5.- Pese a tener la capacidad de introducir un enorme arsenal de nuevos procesos que crean otras dinámicas comunicativas colectivas, la aplicación de la *Reforma en Telecomunicaciones y Radiodifusión* no construyó más comunicación social, sino sólo fomentó la difusión de un diluvio intensivo de más información hacia los públicos que terminó en la edificación de una nueva *Gran Espiral del Silencio*, pues mayoritariamente, o solamente, participaron los principales sectores empresariales. Los grandes grupos sociales, tradicionalmente marginados, no tuvieron espacios para estar presentes en el espacio público mediático. Así, la sociedad quedó más saturada de oferta de flujos de datos, símbolos, imágenes, sonidos, efectos, entre otros, que transmitieron los grandes emisores comerciales u oficiales y poca o nula interacción comunicativa de la sociedad mediante dicha reforma tecnológica, especialmente mediante la digitalización. Es decir, se produjeron más procesos de *propagabilidad* y no de más *comunicabilidad* que es la que requiere la sociedad mexicana para crecer.

Las únicas excepciones fueron aquellos procesos que, por sí mismos, los usuarios o comunidades construyeron de manera autodidacta mediante internet y las redes sociales, para elaborar sus propias dinámicas comunicativas colectivas.

En este sentido, la *Reforma en Telecomunicaciones* no colaboró a construir un nuevo tejido tecnológico para el desarrollo

del *México Profundo*, sino erigió más tejido tecnológico para el fortalecimiento y avance del modelo del *Capitalismo de Compadres* que tanto perjudica al país y cuya expansión demandaba una modernización urgente para alcanzar nuevos logros de acumulación de capital.

---

***El Estado debe entender que su función histórica no es sólo colaborar para establecer los contextos para que el capital se desarrolle en todas sus fases (producción, distribución y consumo). Fundamentalmente, su responsabilidad es crear las condiciones estructurales necesarias para que la sociedad tenga equilibrio, justicia y paz social.***

---

6.- La acelerada revolución tecnológica experimentada en México transformó las formas materiales de transmitir la información (multimedia, transmedia, hipermedia, digitalización, entre otros) mezclando textos, videos, sonidos, efectos, *links*, sensaciones y búsquedas, pero no modificó de fondo los contenidos de las industrias mediáticas. No se elaboraron nuevos conocimientos que les permitieran a los receptores entender mejor sus condiciones de vida y las alternativas para resolver los grandes problemas nacionales, para construir un mejor futuro en condiciones de dignidad y justicia para todos. Esto es, no se edificó mediante la nueva infraestructura tecnológica más y mejor *ENTENDIMIENTO* colectivo para comprender y transformar sus circunstancias de vida; sino se creó más difusión de información para la expansión del modelo empresarial, especialmente monopólico.

7.- El espacio público mediático, que por mandato constitucional debe quedar regido por los cánones de la política del servicio público, continuó, fundamentalmente, gobernado por las reglas del

mercado desregulado de los oligopolios comunicativos, para convertirlo en el espacio público de las mercancías y del poder y no en el espacio público colectivo superior para la construcción de ciudadanía, la evolución de la conciencia social y el enriquecimiento de los seres humanos.

En este periodo se constató la victoria de la dinámica voraz del capital sobre las necesidades de la comunicación de servicio público que demandó la sociedad mexicana desde hace muchas décadas.

8.- Las garantías comunicativas reconocidas por la *Constitución Política Mexicana* quedaron debilitadas o anuladas por la imposición desmedida del modelo de comunicación de mercado, introducido por la reforma de la radiodifusión y no por la razón de Estado para proteger a los ciudadanos.

9.- Los medios de información de Estado aún son canales de gobierno al servicio de los poderes en turno (Presidente, partidos políticos, ministros, entre otros) y no medios de servicio público para atender comunicativamente las principales necesidades de sobrevivencia de las mayorías nacionales. Así, los medios públicos de carácter federal, y los sistemas de las entidades federativas, mantienen su estilo de comunicación apegado a los intereses de las instancias gubernamentales de las cuales dependen, y permanecen mayoritariamente vinculados con los fines de los poderes ejecutivos, tanto federales como locales, y no con base en las necesidades y demandas apremiantes de los ciudadanos.

10.- La publicidad, mercadotecnia o propaganda institucional que se difundió sobre los éxitos de la *Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión* se basó, esencialmente, en el anuncio de logros del mercado que priorizó el crecimiento de ingresos, expansión empresarial, aumento de líneas, inversiones extranjeras, reductor de algunos costos, entre otros más, y no en acciones de gobierno que demostraran objetivamente los avances del Estado en el terreno de atender las necesidades comunicativas básicas de la población.

11.- Contrariamente a lo que se pretendía alcanzar con la *Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones* para enriquecer los contenidos informativos del modelo televisivo del país, lo que se organizó en esta primera fase de su aplicación fue la reproducción, a escala mayor, de los mismos vicios informativos que se pretendía superar en el país<sup>1</sup>. Esto debido a que el modelo de televisión comercial privada todo lo reduce a exigir números negros en sus balances financieros, a obtener *rating* para vender, a multiplicar sus ingresos por ventas, a incrementar el precio de sus acciones en la Bolsa de Valores, pero no a elevar la calidad de sus mensajes para superar el nivel de vida de los auditores en todos sus ámbitos cotidianos<sup>2</sup>.

12.- Aunque históricamente en el terreno de la radiodifusión era urgente e indispensable realizar una reforma para transformar el viejo, anacrónico y omiso sistema de comunicación electrónica, para incorporar las garantías comunicativas básicas de la sociedad, en esta área no se lograron cambios sustantivos para modificar el arcaico mapa de la radiodifusión nacional. Paradójicamente, se permitió la continuidad del antiguo modelo de comunicación desigual heredado del siglo XX, donde predomina el patrón comercial y no el de servicio público, pero ahora disfrazado de “moderno”, “reformado”, “avanzado”, “competitivo”, “abierto” y “democrático” para el siglo XXI.

13.- Se gestó un proceso de regresión en contra de la población y hacia el debilitamiento del Estado rector, pues se erosionó radicalmente la razón de ser del Estado-Nación al crear condiciones jurídicas a modo para renunciar a su misión de jefatura soberana para dirigir a la República en el terreno comunicativo y regresó a convertirse estructuralmente en un simple “empleado administrativo” a favor de la tutela de los intereses oligopólicos del poder mediático. Así, paradójicamente, después de la *Reforma en Telecomunicaciones* se continuó con el fortalecimiento del Estado fallido en el ámbito de la comunicación, pues el Estado-



Marcel Duchamp, *Desnudo bajando una escalera*.

Nación no fue capaz de atender, mediante dicha reforma, las principales necesidades y demandas comunicativas que presentó la sociedad desde hace varias décadas por la vía pacífica e institucionalizada. Es decir, se apoyó la continuidad de un modelo de comunicación colectiva que impulsa el prototipo empresarial de mercado (*business* comunicativo) y se marginó al de servicio público (participación ciudadana) que atiende las necesidades de desarrollo global de la sociedad mexicana.

De esta manera, la instrumentación de dicha reforma constitucional, en sus primeros tres años de vida, no modificó la esencia unilateral, autoritaria, anticompetitiva, discrecional, vertical y oligopólica del viejo *Modelo Electrónico de Comunicación Nacional para los Jodidos* que opera desde hace más de seis décadas y media en la nación, con consecuencias deplorables para el bienestar de nuestra sociedad, y adaptó su aplicación jurídica mediante otras estrategias de información “modernizantes”, para prolongarlo muchos decenios más, hacia el *Modelo de Comunicación de los Neo Jodidos* durante el siglo XXI.

Asombrosamente, ante dichas observaciones analíticas de carácter crítico, en lugar de que el gobierno retome los aspectos que deben corregirse, el presidente Enrique Peña Nieto, por una parte, censuró el 16 de agosto del 2016, en la ceremonia del *Fortalecimiento de la Red de Abasto y Apoyos Alimenticios* en el estado de Hidalgo, a los que “inundan con malas noticias” sobre las reformas estructurales. Así, al referirse al resultado de las reformas estructurales, señaló que “en muchas ocasiones quedamos muy marcados con las malas noticias, que pareciera fueran comunes o las que más se destacan, y nos olvidamos y dejamos de lado las buenas noticias, que mucho cuentan y que impactan positivamente la vida de las familias mexicanas”<sup>3</sup>.

Por otro lado, el 11 de noviembre, en el 99 Aniversario de la Confederación Nacional de Cámaras de Comercio (Concanaco-Servytur), el Ejecutivo federal señaló que debemos “dejar de lado todo pesimismo y optemos por ser positivos, porque así, con este pensamiento, con esta energía, podemos proyectar lo que queremos para nuestra nación... Depende realmente de la buena vibra, de la energía que proyectemos y del México que concibamos en nuestras mentes”<sup>4</sup>. Para complementar esta posición oficial se creó, en el espacio mediático, una campaña propagandística con el *slogan* “¡Lo bueno casi no se cuenta, pero cuenta mucho!”, para publicitar el Cuarto Informe de Gobierno de Peña Nieto<sup>5</sup>.

Efectivamente, es importante reconocer los avances que logró el gobierno del presidente Peña Nieto en la esfera de las telecomunicaciones, pero también es fundamental aceptar los lastres y contradicciones estructurales que no se decidió a resolver, especialmente en la esfera de la comunicación colectiva de la radiodifusión, porque simplemente no se tuvo voluntad política para solucionarlos. Reconocer tales límites o debilidades de las reformas estructurales no es ahogar a la opinión pública con “malas noticias”, o ser “aves del mal agüero”, o “críticos

amargados”, o el “incómodo de la fiesta”, o los transmisores de la “mala vibra”, sino simplemente es producir elementos de mayor claridad conceptual para que la sociedad se conciente de qué debe transformar en el terreno de la comunicación colectiva, con el fin de alcanzar un desarrollo nacional más virtuoso.

Por ello, criticar los procesos de elaboración de las políticas de comunicación del Estado no implica una actitud destructiva de analistas y académicos, sino un quehacer metódico que señala lo que puede estar mal en el diseño de dichas directrices de comunicación colectiva, con el fin de que las autoridades corrijan tales aspectos para contar con comunidades superiores. De lo contrario, los ciudadanos sólo festejarán el “país hollywoodense” que dibuja la propaganda gubernamental, sin conocer el verdadero “México real” en el que vivimos cotidianamente y cuya crudeza, que se incrementa contundente, no puede engañarnos.

### III.- ¿Qué hacer?

Frente a este desigual panorama comunicativo, el Estado debe entender que su función histórica no es sólo colaborar para establecer los contextos para que el capital se desarrolle en todas sus fases (producción, distribución y consumo). Fundamentalmente, su responsabilidad es crear las condiciones estructurales necesarias para

que la sociedad tenga equilibrio, justicia y paz social. México, antes que ser una “región de oportunidades del capital” para realizar negocios, es, sobre todo, la edificación de un proyecto histórico de nación que tardó poco más de 200 años en construirse, desde la Independencia, la Reforma y la Revolución, donde los individuos, antes que ser considerados consumidores de productos, servicios e “ilusiones posmodernas”, son ciudadanos con derechos constitucionales que no pueden ser negados por la moderna revolución de las telecomunicaciones, sino reforzarlos con mayor contundencia para cumplir con el largo proceso histórico civilizatorio.

En este sentido, el Estado debe comprender que el principal reto de comunicación de la nación, mediante la *Reforma en Telecomunicaciones* y Radiodifusión, no es tener más consorcios audiovisuales de entretenimiento masivo o selectivo de naturaleza “adrenalina”, “posmodernista”, “espectacular o inn”, sino crear otro proceso de comunicación colectiva abierta e incluyente que permita a la sociedad expresarse en el espacio público mediático para manifestar sus intereses y necesidades de crecimiento y existencia, así como las posibles maneras de solución respectivas.

Por ello, la sociedad debe exigirle al Estado, entre otros, los siguientes cuatro aspectos básicos para avanzar en la edificación de otro modelo de comunicación colectiva que permita alcanzar un nuevo crecimiento nacional más equilibrado:

1.- Se requiere que el Estado recobre su función rectora en el ámbito de las comunicaciones, para garantizar los derechos comunicativos de toda la población y no solo los intereses de la expansión del mercado empresarial oligopólico.

2.- Es necesario que el regulador implante estrategias novedosas y creativas, de fuerza competitiva, para que distintos actores de la sociedad civil puedan entrar al universo de la televisión de paga y competir eficazmente<sup>6</sup>.

3.- El gobierno debe cumplir con el reconocimiento y ejercicio de los derechos comunicativos que garantiza la Carta Magna y crear un robusto sistema de comunicación de servicio público que permita la participación mayoritaria de la sociedad en la edificación de un espacio público mediático democrático, plural, multicultural, y este no quede en manos de los monopolios de la difusión colectiva, sino de los ciudadanos. Esto significa que, con los enormes recursos narrativos y tecnológicos alcanzados por la televisión, se debe abordar audiovisualmente la situación de los grandes conflictos de la agenda nacional que impiden el desenvolvimiento del país y facilitar que los diversos sectores de la sociedad intervengan y planteen alternativas para resolverlos.

4.- Es indispensable que el diseño del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) incluya “herramientas para la creación de nuevos comportamientos en la burocracia que regula a ambos sectores. Burocracia que viene de viejas lógicas y prácticas administrativas centradas en su esencia por una tradicional perspectiva tecnológica y económica, a la que aún no se ha logrado integrar una lógica y práctica administrativa de derechos como lo marca el artículo 1º constitucional, para reconocer a las personas como sujetos de derechos y no como meros beneficiarios de las acciones de agencias estatales o como agraciados de bienes materiales, es decir, que sus acciones regulatorias afectan a personas titulares de derechos y no a meros usuarios y consumidores a secas. En tanto esta disposición permanezca en la definición de los problemas públicos, sus estrategias y acciones en la política pública seguirán respondiendo a un entorno competitivo, pero no de empoderamiento de la ciudadanía, que no tienen por qué contraponerse, sino todo lo contrario”<sup>7</sup>.

En este sentido, actualmente “se cuenta con un sector en el que apenas se abre esta perspectiva de derechos en el cuerpo legal; en consecuencia, es lógico que el aparato burocrático tenga resistencias para los cambios en las nociones conceptuales, como en el cambio de prácticas que du-



Marcel Duchamp, Transición de virgen a novia.



Marcel Duchamp, El rey y la reina rodeados por desnudos rapidos.

rante décadas han mantenido. Por eso, el gran reto del IFT es realizar un cambio de fondo en la hechura de la política para integrar un enfoque sociológico y de derechos humanos, para que las determinaciones económicas y técnicas no sean un fin en sí mismas, sino un medio para lograr la inclusión social y habilitar los derechos sociales, económicos, culturales, civiles y sociales. Ni el desarrollo económico hasta ahora implantado, ni las tecnologías por sí solas lo pueden lograr<sup>8</sup>.

De lo contrario, de no ejecutarse tales perspectivas para las próximas décadas, tendremos un país sumido en un remolino de mayor desempleo, inseguridad, pobreza, impunidad, marginación, violencia, corrupción, abuso, cinismo, impunidad, crisis partidista, simulación gubernamental, debilidad democrática, desconfianza institucional, frustración social, descomposición colectiva, entre otras más, y paralelamente recibiremos, virtualmente en nuestros hogares, un “prototipo de televisión y radio posmodernos” que transmitirán una visión espectacular de la vida donde “¡todo está bien!”, “¡somos un país que progresa!”, “¡todo se mueve hacia adelante!”, “¡estamos rodeados de buenas noticias...!”, “¡contamos con los modelos de comunicación más avanzados del mundo!”, “¡México es un país feliz!”. Este modelo esquizofrénico de difusión colectiva contribuirá a inyectar ingre-

dientes muy inflamables para la explosión social en las próximas décadas. No encarará las causas que dan vida a los conflictos sociales, los ocultará con “fantasías modernizadoras” que reventarán cuando la realidad ya no pueda ser “maquillada” con la mercadotecnia de la gobernabilidad.

De aquí la importancia que la academia, la sociedad civil y las escuelas de comunicación organizadas demanden al Estado el ejercicio riguroso del modelo de comunicación de servicio

público como eje fundamental de la *Reforma de las Telecomunicaciones y de la Radiodifusión* reconocida por la *Constitución Política Mexicana* que respalda el ejercicio de las garantías comunicativas básicas, para construir otro modelo de comunicación que nos permita ser auténticamente ciudadanos en la segunda década del siglo XXI. De otra manera, sólo permaneceremos como espectadores del nuevo “capitalismo informacional de compadres” y de la voraz “modernidad” globalizada que impulsan los consorcios privados de la comunicación comercial, y se abortará la creación de la sociedad de la comunicación que es el gran desafío del siglo XXI en México. 🍷

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

<sup>1</sup> Majluf, Pablo, “Las dos nuevas cadenas de TV: más de lo mismo, pero mejor”, en: *Forbes México*, 19 de marzo de 2015, <http://www.forbes.com.mx/las-dos-nuevas-cadenas-de-tv-mas-de-lo-mismo-pero-mejor/>, (Consultado el 20 de marzo de 2015).

<sup>2</sup> Cueva, Álvaro, “No estoy de acuerdo”, *Revista Telemundo*, No. 143, Primera Revista Especializada Para Profesionales del Cine el Video y la Televisión, México, D.F. junio – julio de 2015, página 48.

<sup>3</sup> Peña Nieto, Enrique, “Es importante rescatar las buenas noticias, que impactan positivamente la vida cotidiana de las familias mexicanas: Enrique Peña Nieto”, *Blog del Portal de la Presidencia de la República*, Gobierno de México,

**Paralelamente recibiremos, virtualmente en nuestros hogares, un “prototipo de televisión y radio posmodernos” que transmitirán una visión espectacular de la vida donde “¡todo está bien!”**

Ciudad de México, México, 16 de agosto de 2016, <http://www.gob.mx/presidencia/prensa/es-importante-rescatar-las-buenas-noticias-que-impactan-positivamente-la-vida-cotidiana-de-las-familias-mexicanas-enrique-pena-nieto>, (Consultado el 21 de agosto de 2016); Peña Nieto, Enrique, “Buenas noticias que derivan de las Reformas”, *Blog del Portal de la Presidencia de la República*, Gobierno de México, Ciudad de México, México, 16 de agosto de 2016, <http://www.gob.mx/presidencia/articulos/buenas-noticias-que-derivand-de-las-reformas-impulsadas?idiom=es>, (Consultado el 21 de agosto de 2016); “Censura Peña Nieto a los que inundan con malas noticias”, Periódico *La Jornada*, Ciudad de México, México, 17 de agosto de 2016, página 1°.

<sup>4</sup> Becerril, Andrea, “Dejar pesimismo y optar por la buena vibra, demanda Peña Nieto”, Periódico *La Jornada*, Ciudad de México, México, 12 de noviembre de 2016, página 5.

<sup>5</sup> “¡Lo bueno casi no se cuenta, pero cuenta mucho!”, Campaña de publicidad, Periódico *La Jornada*, Ciudad de México, 20 de agosto de 2016.

<sup>6</sup> Martínez, Carla, “Convergencia favorece a Televisa y Megacable”, Periódico *El Universal*, Ciudad de México, D.F. 5 de agosto de 2016.

<sup>7</sup> Calleja, Aleida, “Tres años con el IFT”, *La Silla Rota*, en: *Mediatelecom*, Ciudad de México, 13 de septiembre de 2016, páginas 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](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, Octubre de 2016, página 27, [www.revistazocalo.com.mx](http://www.revistazocalo.com.mx)

<sup>8</sup> 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-Mexico\\_25\\_de\\_febrero\\_de\\_20162\\_25\\_2016&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_482a842d2e-038ebdc061-32587965](http://mediatelecom.com.mx/index.php/telecomunicaciones/organismos/item/117850-tres-a%C3%B1os-con-el-ift?utm_source=Mediatelecom+list&utm_campaign=038ebdc061-Mexico_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, Octubre de 2016, página 27, [www.revistazocalo.com.mx](http://www.revistazocalo.com.mx)