

Revista

ZOCALO

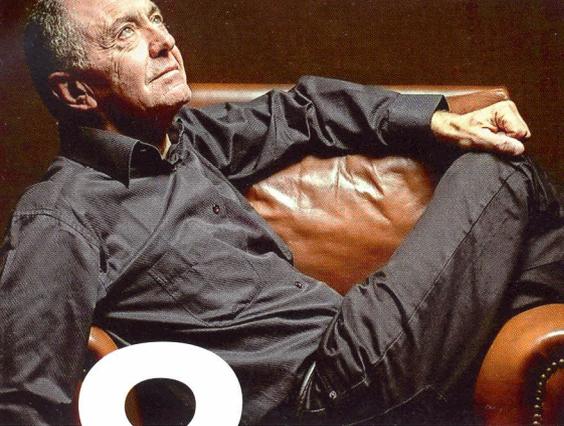
www.revistazocalo.com.mx

Lipovetsky, ¿quemar a los medios por su vedetismo?



- Las audiencias pierden; un año sin Aristegui
- Homilias informativas en la cobertura papal
- Red compartida, la apuesta en telecomunicaciones: Ramiro Tovar
- Atacan sistemáticamente al modelo de comunicación política
- La narcocultura en Facebook: César Cano
- Crimen, impunidad y terror contra periodistas: CNDH

Ejemplar \$30.00
\$30.00
0.0193
Marzo 2016 Año XVI Núm. 193
7 152435 78128 112



8

Gilles Lipovetsky y la reflexión sin lógicas mediáticas Alejandrina Ponce Avilés



Mesa de redacción

4 Caso abierto, manotazo de MVS



Cartón de Rapé

5 Perverto Rivera



Para seguirle la pista

6 Suman 17 los reporteros asesinados en Veracruz



Comunicación

12 La inquisición mediática: ¿una vía hacia la democracia?
Adriana Hernández de Lago.

16 Construcción mediática de la realidad, el enfoque de Gilles Lipovetsky
César Rebolledo González

18 Banalización, elección y medios de comunicación
Alejandrina Ponce Avilés



Periodismo

20 Derechos de las audiencias; del papel al ejercicio real: el caso de Carmen Aristegui
Adriana Solórzano Fuentes

25 Silenciar a la sociedad, objetivo al eliminar el programa de Aristegui: periodistas Redacción

27 MVS apuesta por negociación política, tras despido de Aristegui
Luis Ángel Hurtado Razo

31 Competencia y pluralidad en medios; un análisis sobre este binomio indisoluble
Erick Huerta Velázquez



Medios y religión

33 Los medios se convirtieron en púlpitos
Alejandro Navarrete

37 La visita del Papa o la creación de un suceso desigual
Tanius Karam

41 Cuando decir es (para no) hacer
Última parte
Alberto Athié

45 Un Papa encapsulado y mediatizado
Darwin Franco y Guillermo Orozco / OBITEL México



Telecomunicaciones

47 Preguntas y respuestas sobre la red compartida
Ramiro Tovar Landa

Director General

Carlos Padilla Ríos

Edición

Mauricio Coronel Guzmán

Corrección de Estilo

Teresa Rojas Villaseñor

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

Agustín Pineda, Aleida Calleja, Alejandro Navarrete, 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 Avila, 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

Servicio Social

Víctor Manuel Razo, Mariana García, Omar Martínez, Silvia Díaz e Israel Rodríguez

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,

ZOCALO

www.revistazocalo.com.mx

alternativamedios@prodigy.net.mx



Comunicación política

- 50 Arrecian golpeo al modelo de comunicación política
Gerardo Israel Montes
- 53 Especulaciones y comunicación política
Gerson Hernández Mecalco



Internacional

- 55 Urge reinventar el papel de las izquierdas: Juan Carlos Monedero
Luis Josué Lugo, Giuliano Bonorandi y Sandra Arencon



Medios

- 57 Cabezas de hidra y narcocultura en Facebook
César Cano Rodríguez
- 61 BuzzFeed o lo que el usuario pida
Claudia Benassini F.
- 64 La regulación de los contenidos televisivos y el Estado-cero en México (Segunda de tres partes)
Javier Esteinou Madrid
- 66 CIRT y "Telebancada" en el Canal del Congreso
Redacción



Libertad de prensa

- 68 El ejercicio de la libertad de expresión en México
Rodrigo Santiago Juárez
- 72 Dolor y ausencia en la practica del periodismo
Perla Gómez Gallardo



Transparencia

- 74 Transparencia y participación ciudadana en la elección del constituyente
Areli Cano Guadiana
- 76 Refundación jurídica y política de la Ciudad de México
Primera Parte
Manuel González Oropeza



Cultural

- 78 Periodismo infantil, opción para formar una ciudadanía crítica
- 79 Alma Rosa de la Selva y su pasión informativa
Luis Josué Lugo
- 80 Reforma sin consecuencias a la Ley Federal de Cinematografía
Israel Tonatiuh Lay Arellano
- 82 Plataformas virtuales de aprendizaje y patrimonio inmaterial indígena
Rossana Ponzanelli Velázquez



Reseñas y tesis



Tira cómica de Jans

- 88 Licitación de Red

Maricarmen Fernández Chapou, Beatriz Solís y Gabriel Sosa
Fotografía
 Cuartoscuro
Administración
 Concepción Villegas
Circulación
 Carlos Arriaga (+)
Monitoreo
 Medialog
Publicidad
 Martha Palma
 Nancy Rodríguez
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 litud de título 12280. Número de certificado de litud 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:

- f Zócalo Noticias Revista Zócalo
- YouTube Zócalo Medios

- Revista Zócalo
- @RevistaZocalo
- Zócalo

La regulación de los contenidos televisivos y el Estado-cero en México

Tercera Parte

Con los nuevos criterios aplicados por la Secretaría de Gobernación (Segob) para tipificar los programas de televisión, así como para determinar sus horarios, no corrige las fallas y pone al alcance de los niños transmisiones cargadas de violencia, adicciones, sexualidad y lenguaje soez; además, de fomentar hábitos insanos de alimentación presentados como diversión y tendencias aspiracionales. En la tercera parte de este ensayo, Javier Esteinou Madrid expone como los medios de comunicación y los criterios de las autoridades inciden de manera directa en la salud de los mexicanos, e impacta en el presupuesto del Sector Salud.

- Javier Esteinou Madrid*

MARZO 2016

64

Esto y la imposición mediática de la cultura chatarra ocasionaron que, en los últimos 20 años, México se convirtiera en el segundo país con mayor sobrepeso y obesidad en el mundo, después de Estados Unidos. Casi un tercio de los adultos (32.4 por ciento) presentan exceso de peso y casi un tercio de los niños (uno de cada tres), tienen sobrepeso o sufren de obesidad y rebasan en esta materia a la población infantil estadounidense²⁰.

En 2008 la Secretaría de Salud (SSa) desembolsó casi 43 mil millones de pesos, 13 por ciento de su presupuesto total, para encarar esta enfermedad²¹. Paralelo a ello, la diabetes, enfermedad crónica relacionada directamente con el sobrepeso y la obesidad, afectó a entre 9.2 y 16 por ciento²² de los adultos.

Este grave retroceso cultural, ocasionado por el impulso de la cultura basura, estuvo a punto quebrar, o por lo menos dislocar, al Sector Salud, pues el incremento de pacientes en el IMSS, ISSSTE y otras instituciones absorbió

casí todo el presupuesto anual dedicado a la salud; además, ocasionó se descuidara la atención de otras enfermedades ante la falta de recursos.

Tan sólo en 2015, el Estado mexicano erogó alrededor de 180 mil millones de pesos para atender la diabetes mellitus tipo 2 y sus complicaciones, entre ellas la ceguera o amputación de miembros. En total, destinó poco más de 362 mil 800 millones de pesos al año para enfrentar esta enfermedad crónica, lo cual abarcó alrededor de 2.25 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) del país.

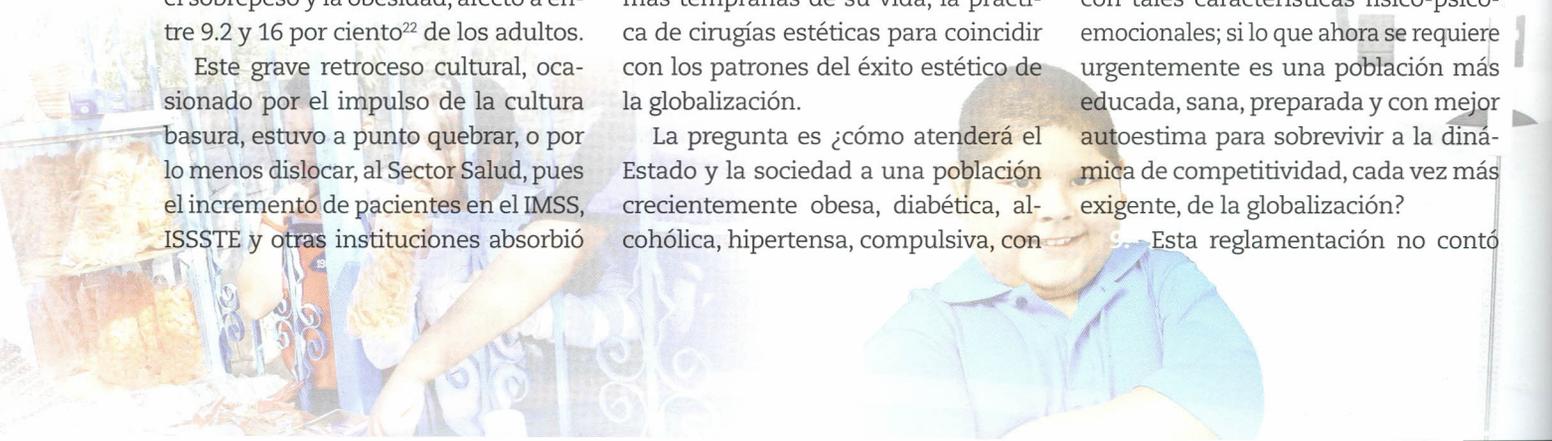
La alteración de los horarios de difusión de la programación audiovisual impacta en la estructura psico-emocional de los niños, especialmente de las niñas que demandarán, desde etapas más tempranas de su vida, la práctica de cirugías estéticas para coincidir con los patrones del éxito estético de la globalización.

La pregunta es ¿cómo atenderá el Estado y la sociedad a una población crecientemente obesa, diabética, alcohólica, hipertensa, compulsiva, con

identidad alterada, que promueven los lineamientos informativos de los medios electrónicos de comunicación, si en la actualidad no tiene capacidad para atender tales padecimientos y la crisis de identidad en las proporciones que existen?

¿Cómo evitar la quiebra del Sistema Nacional de Salud en los próximos años, si la sola atención del sobrepeso, la obesidad y la diabetes absorbe la mayor parte de los ingresos de este sector, pues, en el futuro, la asimilación infantil de los currículos simbólicos de los medios electrónicos multiplicarán estos padecimientos? ¿Cómo se vulnerarán los cimientos de nuestra sociedad con la existencia progresiva de una masa poblacional con tales características físico-psico-emocionales; si lo que ahora se requiere urgentemente es una población más educada, sana, preparada y con mejor autoestima para sobrevivir a la dinámica de competitividad, cada vez más exigente, de la globalización?

Esta reglamentación no contó





con análisis, valoraciones adecuadas y respaldo social amplio, pues no se consultó a los sectores afectados, sino sólo a los grupos empresariales como Televisa, Televisión Azteca y la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT).

El único grupo civil consultado fue la organización privada *A Favor de los Mejor* que, de manera relevante, señaló: “es indispensable la revisión a conciencia del proyecto de *Criterios de Clasificación*, toda vez que no son coherentes con lo estipulado en la Ley de Telecomunicaciones y dejan de lado el interés superior de la niñez, la protección de las audiencias y sus derechos”²⁴.

Se dejó sin consultar al Instituto Federal de Telecomunicaciones (Iftel), como ente regulador especializado en la materia, a las secretarías de Salud (SSa) y Educación Pública (SEP), a la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH), a la Comisión Federal Para la Protección Contra Riesgos Sanitarios (Cofepris); a los medios públicos y comunitarios, a las defensorías de las audiencias, a las universidades, a las asociaciones profesionales, a los padres de familia y a los especialistas en la materia.

Una decisión tan trascendental para la sociedad, además de abrirse para su consulta en línea (sólo estuvo 20 días), debió enriquecerse con la participación de los ciudadanos en su elaboración mediante audiencias públicas, como lo hizo el Ifetel al normar los Derechos de las Audiencias; la falta de apertura evidenció la ausencia de voluntad política de la Segob para realizar una política equilibrada y amparar a la niñez en este ámbito²⁵.

10.- A la perspectiva antisocial de esta política pública se sumó el tradicional vacío normativo que el Estado mexicano creó al no regular los contenidos de las transmisiones en vivo, en los cuales no se aplica ninguna clasificación, que permite a los infantes ver o escuchar todo tipo de mensajes perjudiciales para su formación. Por ejemplo, actualmente los niños y niñas

pueden ver programas inapropiados para su nivel de madurez como: *Laura, Sábadozo, Cosas de la Vida*, telenovelas para adultos, *realitys shows*, películas de clasificación reservada y publicidad impropia, sin ninguna tutela gubernamental²⁶.

11.- Dichos lineamientos tampoco aplican para la televisión restringida (tv por suscripción) que cuenta con un trato preferencial, pues “los concesionarios que prestan ese servicio ‘no están sujetos a los horarios de difusión de los contenidos’, les basta con colocar en la pantalla un letrero donde se indique la clasificación del programa y se advierte a la audiencia ‘sobre aquellos contenidos que puedan resultar impropios o inadecuados para los menores’. O sea que se puede presentar un programa “D” a las tres de la tarde, simplemente con un letrero de por medio de sólo unos segundos”²⁷.

De 2006 a la fecha, la televisión abierta perdió la audiencia infantil en poco más de 19 por ciento, mientras que la restringida duplicó sus niveles de audiencia²⁸.

12.- Esta política pública no sólo es irresponsable, sumisa a los intereses de las empresas culturales, perjudicial para la niñez, negativa para el desarrollo del país y contraria a la educación, salud, cultura y crecimiento, sino, sobre todo, violatoria de las garantías individuales de los niños y de las niñas, las cuales forman parte de las convenciones internacionales de derechos humanos, del derecho a la información y de las audiencias, firmados por el gobierno mexicano.

13.- Con todo ello, las ventajas que pudo aportar la transición digital, al aplicar el apagón analógico, se reducen significativamente, pues en lugar de difundir contenidos de mayor calidad cultural, educativa, moral, ética, pedagógica, de salud, para el desarrollo psicoemocional de la niñez mexicana, hay una programación que auspicia el aumento de obesidad, diabetes e hipertensión, al fomentar el incremento

de peso entre los pequeños, pero con sonido estereofónico, mejor profundidad de imagen, textura en 4K, mayor paleta de definición de colores y mejor nitidez. 🍷

²⁰ “Tienen obesidad siete de cada 10 adultos y uno de cada tres niños en México: Expertos”, Periódico *La Jornada*, Sección Sociedad y Justicia, México, D.F, 4 de noviembre de 2015, página 43.

²¹ “México debe combatir el aumento de la obesidad, asegura la OCDE”, Documento sobre la salud en México, *Organización Para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)*, página 2, http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_para_la_Cooperaci%C3%B3n_y_el_Desarrollo_Econ%C3%B3mico, (Consultado el 24 de junio de 2014); “ONG demandan que senadores impidan la reducción al impuesto a bebidas azucaradas”, Periódico *La Jornada*, Sección Política, México, D.F, 21 de octubre de 2015, página 10.

²² “México debe combatir el aumento de la obesidad, asegura la OCDE”, *Ibid*, página 2.

²³ “Eroga el país \$180 mil millones en atender la diabetes, y otro tanto en costos indirectos”, Periódico *La Jornada*, Sección Sociedad y Justicia, México, D.F, 12 de noviembre de 2015, página 46.

²⁴ “La Audiencia no se beneficia con los lineamientos de clasificación: A Favor de lo Mejor”, Comunicado Especial, A Favor de lo Mejor, México, D.F. 28 de octubre del 2015, <http://www.afavordelomejor.org/assets/uploads/2015/10/ComunicadoLCCRTCUV.pdf>, (Consultado el 20 de noviembre de 2015).

²⁵ Para ampliar el proceso que se siguió por parte de la SEGOB para emitir tales directrices, consultar de Leyy, Irene, “Sexo a las siete” Periódico El Universal, Sección Opinión, México, D.F, 9 de noviembre de 2015, <http://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/columna/irene-levy/cartera/telecom/2015/11/9/sexo-las-7-pm>, (Consultado el 28 de noviembre de 2015).

²⁶ “Solicita senadora Dolores Padierna retirar Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales”, Boletín No. 483, Comunicación Social, Senado de la República, H. Congreso de la Unión, México, D.F, 5 de noviembre de 2015, <http://comunicacion.senado.gob.mx/index.php/informacion/boletines/24376-2015-11-05-23-47-15.html>, (Consultado el 12 de noviembre de 2015); “Niños podrán ver contenidos para adultos, según nuevos lineamientos”, en: Aristegui Noticias, México, D.F, 9 de noviembre de 2015, <http://aristeguinoicias.com/0911/mexico/ninos-podran-ver-contenidos-para-adultos-segun-nuevos-lineamientos/>, (Consultado el 18 de noviembre de 2015).

²⁷ Mejía Barquera, Fernando, “Lineamientos de la Segob; violencia, drogas y sexo”, Columna *Cambio de Frecuencia*, Periódico *Milenio*, México, D.F, 5 de diciembre de 2015.

²⁸ “Estudio sobre oferta y consumo de programación para público infantil en radio y televisión radiodifundida y restringida”, Obra citada, página 30.