

Comunicación · Política · Sociedad

Revista

ZOCALO

www.revistazocalo.com.mx



Los ciudadanos, el quinto poder: Ramonet

Medios públicos, indispensables para la sociedad: Raúl Trejo

Coca-Cola y sus engaños publicitarios: Carlos Aguilar

Desinformación y linchamientos en televisión: Jenaro Villamil

Los muertos de Peña Nieto: Luis Cárdenas

La pornocultura, descomposición de la realidad: Naief Yehya



Ejemplar \$30.00
Octubre 2013 Año XIV Núm. 164



Director General

Carlos Padilla Ríos

Edición

Mauricio Coronel Guzmán

Redacción

Juan Carlos Aguilar García

Diseño

Belén Esmeralda Díaz Valderrama

Juan Carlos Molina De Ramón

Reporteros

Balbina Flores y Primavera Téllez

Corresponsales

Naief Yehya, Estados Unidos y

Ricardo Martínez, Centroamérica

Colaboradores

Aleida Calleja, Luis Cárdenas, Luis Miguel Carriedo,

Manuel de Santiago, José Ferruzca, Balbina Flores,

Darwin Franco, Gerson Hernández, Eduardo

Huchim, Luis Ángel Hurtado, Tanius Karam, Israel

Tonatiuh Lay, Frambel Lizárraga, Lenin Martell,

Graciela Martínez, Antonio Medina, Gerardo

Montes, Guillermo Orozco, Norma Pareja,

Agustín Pineda, Jorge Pulido (†), José Reveles,

Ramiro Tovar, Raúl Trejo y Jenaro Villamil

Servicio social

Fabiola Hernández, Cynthia Manuel, Mónica

Reyes, Eréndira Mejía y Raúl Díaz

Caricaturistas

Rapé, Luy, Gallut y Palomo

Comité de Redacción

Beatriz Solís, Javier Corral, Rogelio Hernández y

Gabriel Sosa

Consejo Editorial

Alma Rosa Alva de la Selva, Javier Esteinou,

María Victoria Llamas (†), Ernesto Villanueva,

Manuel Gutiérrez (†), Octavio Islas Carmona y

Maricarmen Fernández Chapou

Fotografía

Cuartoscuro

Secretaría

Concepción Villegas

Circulación

Carlos Arriaga (†) y Alfredo Poot

Monitoreo

Medialog

Publicidad

Sonia de la Cruz Luna y Eduardo Zavala

Suscripciones

Blanca Padilla y Yessica Guzmán

Zócalo, Comunicación, Política y Sociedad es una publicación mensual editada en México DF, 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 Tecnología en impresión profesional, TIPSSA. Av. Hidalgo 141 col. Santa Anita, Deleg. Iztacalco C.P. 08300. 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

8

Ciudadanos, contrapeso al poder de los medios: Ignacio Ramonet

Carlos Padilla Ríos

Mesa de redacción

4 Amarillismo informativo

Cartón de Rapé

5 Izamiento de bandera

Para seguirle la pista

6 Apelaré PGJDF liberación de José Antonio Zorrilla

Medios públicos

11 Por qué son públicos los medios de servicio público
Raúl Trejo Delarbre

15 Analizan a los medios de servicio público
Redacción

17 Red desenredada; detrás gobernadores
Redacción

18 La televisión pública que no ha sido
Israel Tonatiuh Lay Arellano

Telecomunicaciones

20 Instituto Federal de Telecomunicaciones empieza mal
Aleida Calleja

22 Senado enturbia selección de comisionados
Gerardo Montes

23 Reforma hacendaria y uso del espectro
Ramiro Tovar Landa

25 Dish transmite ya tv abierta de duopolio;
Televisa impugna - Mauricio Coronel Guzmán

Síguenos en
redes sociales



@RevistaZocalo



Zócalo Noticias

Revista Zócalo



Zócalo Medios



Revista Zócalo



Publicidad

- 27 *Coca-Cola* engaña al mostrarse como “saludable”
Juan Carlos Aguilar García
- 31 Publicidad integrada, nuevo nombre para vieja publicidad
Carola García

Medios

- 33 Prensa y petróleo en 1938
Gerson Hernández Mecalco
- 36 Pasma y linchamiento de televisoras
Jenaro Villamil
- 38 Encapsular la información: realidad que parece ficticia - Darwin Franco y Guillermo Orozco/ Obitel México

Comunicación política

- 42 Los muertos de Peña Nieto
Luis Cárdenas
- 44 Jalisco: gobierno que sigue en campaña
Perla Blas
- 46 Democracia, transparencia y derecho a la información
Enrique E. Sánchez Ruiz

Internet

- 49 Vivimos en la edad de oro del espionaje
Naief Yehya
- 52 Los espionamos porque podemos... y no repliquen
José Soto Galindo

Periodismo

- 54 Aumentan agresiones contra periodistas en Oaxaca
Balbina Flores Martínez
- 55 *Código Democracia*: análisis mediático
Javier Esteinou Madrid

Periodismo cultural

- 57 Las palabras macularon su antigua pureza: Leduc
Aura Ma. Vidales
- 61 La pornocultura, descomposición de la realidad: Naief Yehya
Carlos Padilla y Mauricio Coronel

Prensa e historia

- 63 El nacimiento del periodismo moderno en México
Celia del Palacio

3

Reseñas y tesis

67



Código Democracia: análisis mediático



• Javier Esteinou Madrid*

A partir del surgimiento de la radio en 1920 y de la televisión en 1950 en México, la sociedad mexicana experimentó profundos cambios cualitativos en su esfera cultural, ideológica, afectiva y energética, que contribuyeron a crear un *país mediático* totalmente distinto al que existía antes de la presencia de dichas tecnologías de difusión de información masiva.

Debido a las nuevas capacidades tecnológico-materiales que durante el siglo XX y principios del siglo XXI conquistaron los medios de información electrónicos —especialmente privados— y a las transformaciones urbano políticas que se dieron paralelamente en la República, los medios aumentaron sustantivamente su eficacia de transmisión informativa, de persuasión incisiva y de creación de nuevos fenómenos de saber, o de consensos masivos sobre los auditorios convirtiéndose en el centro del poder ideológico y político contemporáneo de nuestra nación.

De haber sido instrumentos de difusión relevantes en 1960, de transformarse en instituciones importantes de socialización en 1970 y de convertirse en el *cuarto poder* político a partir de 1980, a principios de 2000 se transformaron en el vértice del poder actual, modificando radicalmente la *esfera pública* y afectando, con ello, la rectoría del Estado-nación en México. Es decir, ya no solo son simples instituciones importantes de transmisión de información, o el *cuarto poder*, sino

que ahora, en los albores del siglo XXI, se han convertido en el *primer poder ideológico* de nuestra sociedad que influye determinantemente sobre la conformación de la *esfera pública* que actúa sobre el destino de la sociedad mexicana.

Dicho cambio estructural histórico que conquistaron las *industrias culturales* modificaron la tradicional correlación de fuerzas culturales existentes anteriormente, creando una nueva sociedad altamente mediaticada a través de la cual se transformó sustancialmente todo el orden de la vida cotidiana, pero especialmente de la cultura, del Estado y del resto del sistema social contemporáneo en el tercer milenio.

De esta manera, a través de las nuevas dinámicas virtuales de socialización masiva que éstos generaron, el *espacio público* tradicional se transformó en un nuevo *espacio público mediático* que gradualmente modificó la estructura del Estado-nación de la *Tercera República Nacional* creando la nueva *Cuarta República Mediática* y su respectivo *Estado híbrido*, uno de los signos distintivos que caracterizan el proceso de gobernabilidad de la historia moderna de México, particularmente del siglo XXI.

En este sentido, los tiempos de los medios electrónicos como *cuarto poder* en México ya concluyeron en el siglo XX y ahora, en el siglo XXI, surgió la época de las industrias electrónicas como *primer poder ideológico* con sus

respectivas consecuencias políticas, sociales, culturales, energéticas y espirituales que producen cotidianamente sobre la población, a través de sus mensajes socializantes.

Proyecto inédito en México

Así, dentro de este modelo, desde el origen de la televisión en México a la fecha, se abordaron todo tipo de temáticas en su programación como son la difusión de los aspectos noticiosos, deportivos, económicos, de salud, femeninos, religiosos, de alimentación, de entretenimiento, informes presidenciales, olimpiadas, discursos oficiales, modas estacionales, la vida animal, temas de aventuras, dramas emocionales, pero, paradójicamente, a lo largo de más de cinco décadas, no obstante el peso estratégico que han ejercido en la conformación de la sociedad contemporánea y los grandes recursos tecnológicos con los que ha contado la infraestructura televisiva, no ha existido, ni en la programación de los medios comerciales, ni en los espacios de los medios de Estado, una serie audiovisual dedicada al examen sistemático del funcionamiento de la



Mondragón, Calleja y Villamil con Clara Luz Álvarez.

radiodifusión en México en sus diversas vertientes.

Es más, ningún país que ha transitado a la democracia moderna ha discutido tanto en su esfera intelectual y política como ha sido México, el papel que desempeñan los medios de información de masas en la construcción de la democracia contemporánea, excepto dentro de las pantallas nacionales, particularmente privadas.

De esta forma, aunque en el mundo moderno no es posible realizar la política, crear liderazgos, fortalecer gobiernos, construir normatividades públicas, generar elecciones, edificar la civilización, etcétera, sin el apoyo de la opinión pública, y hoy día no es posible formar opinión pública sin el desempeño eficiente de los medios de difusión de masas, salvo excepciones muy contadas, esta problemática no se ha reflexionado constantemente dentro del universo de la programación mediática del país.

Los únicos espacios que se pueden contabilizar son, por una parte, el segmento denominado *Agenda Pública*¹ en *Foro TV* del Canal 4 de la empresa *Televisa*, destinado a examinar periódicamente el comportamiento de la prensa en el país, sin reflexionar sobre el papel que ocupan las industrias electrónicas en la nación. Y, por otra parte, algunos casos valiosos, pero muy aislados, que se han transmitido vía el Canal 22, Canal 11, TV UNAM y otros medios públicos del país.²

En este sentido, pareciera que no obstante que la televisión se ha convertido en la principal institución educadora y movilizadora cotidiana de las grandes colectividades en nuestra República, a principios de la segunda década del siglo XXI, al Estado, a los partidos políticos y a los concesionarios de la radiodifusión privada, no les ha interesado examinar pluralmente su comportamiento desde los espacios mediáticos y sólo se han conformado con promover la reproducción del modelo audiovisual predominante.

Ante ello debemos preguntarnos ¿a dónde va una sociedad que no examina rigurosamente el funcionamiento de sus medios electrónicos, especialmente televisivos, cuando son estas infraestructuras mediáticas las que construyen los principales sistemas de valores, culturas, creencias, imaginarios y deseos en nuestras vidas cotidianas?

Por ello, el Consejo Ciudadano de Programación del Canal de Televisión del Congreso de la Unión, con apoyo de la comisión bicameral y la dirección del mismo, organizó la serie de televisión *Código Democracia*, destinada a examinar desde diversos puntos de vista el funcionamiento de los distintos modelos de televisión que operan en México y plantear algunas recomendaciones ciudadanas para su mejoramiento.

Dicha serie fue planificada por el *Consejo Consultivo Ciudadano de Programación* del Canal del Congreso para transmitirse a través de 16 programas semanales los martes a las 10 de la noche, con su repetición los viernes a las siete de la noche, e inició su difusión el pasado 6 de agosto y terminará a finales de este año.

Entre los temas que se abordarán figuran: los medios y las elecciones, la reforma constitucional de las telecomunicaciones, la televisión digital, el apagón analógico, los órganos reguladores de las industrias culturales, la comunicación de servicio público, las alternativas de los medios de Estado, el Derecho de Réplica, la televisión legislativa, los canales comunitarios, indígenas y ciudadanos, el fenómeno de Internet y sus redes sociales, la publicidad, los contenidos de las leyes secundarias de la radiodifusión, la comunicación y los derechos de género, las garantías infantiles ante la programación televisiva, y los derechos comunicativos de los sectores con capacidades diferentes, entre otros.

Estos aspectos son analizados por prestigiados especialistas de los sectores

académicos, empresariales, partidos políticos, intelectuales, gubernamentales, trabajadores de los medios y sociedad civil, con el fin de discutir desde la diversidad de interpretaciones la situación de estas realidades en el país y proponer nuevas vías para crear modelos de comunicación más acordes con las necesidades de crecimiento nacional.

Esta serie es conducida por la doctora Clara Luz Álvarez, investigadora del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México y quien es una distinguida especialista de los asuntos de la comunicación de México, y es producida por el licenciado Martín Pérez Islas y su profesional equipo de trabajo, quienes cuentan con amplia experiencia en esta materia.

Por todo ello, *el Consejo Ciudadano* del Canal del Congreso invita al público en general a ver esta serie audiovisual, comentarla, enviar sus observaciones y exigir como ciudadanos al Estado más alternativas televisivas de esta naturaleza pues mientras no se analice y discuta colectivamente el prototipo de televisión imperante en México, esta realidad no se transformará y prevalecerá el viejo modelo de comunicación disfrazado de moderno. 🍷

* Texto leído durante la presentación de *Código Democracia* el 5 de agosto de 2013 en la sala "Fernando Benítez" de la FCPyS de la UNAM.

¹ *Agenda Pública* se transmite desde el Distrito Federal en cobertura nacional de lunes a viernes a las 19:30 horas por el Canal 4 de Televisa.

² En este terreno es muy importante valorar la serie radio-televisiva *Medios y Remedios*, elaborada por el Instituto de Medios Educativos y de Investigación Audiovisual S.A. de C.V. (INMEDIA) y la Secretaría de Educación del Gobierno del Distrito Federal (GDO), que se transmitió ocasionalmente por TV UNAM y otras televisoras en junio y julio de 2008 y que desafortunadamente ya no se retomó. También en este aspecto es muy importante reconocer el valioso y constante papel que ha ocupado la serie radiofónica *Ejemplar El Fin Justifica @ los Medios*, transmitida semanalmente por Radio Educación que desde hace más de 15 años analiza la problemática de la comunicación en el país, pero que sólo se difunde por radio.