

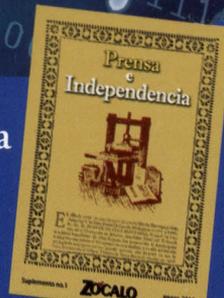
Comunicación · Política · Sociedad

Zócalo



WikiLeaks, tsunami por la transparencia

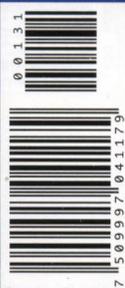
Filtraciones exhiben sucios manejos de Washington: Naief Yehya
Veinte propuestas sobre WikiLeaks: Raúl Trejo Delarbre
Temo por mi vida: Anabel Hernández
Suprema Corte debe jurisprudencia sobre “daño moral”
Radio y TV, retos para la UAM: Fernández Fassnacht



Premio Nacional de Periodismo 2010

Ejemplar \$30.00

Enero 2011 Año XI Núm. 131



www.revistazocalo.com.mx

Comunicación · Política · Sociedad

ZOCALO

www.revistazocalo.com.mx

Contacto alternativamedios@prodigy.net.mx

<http://www.revistazocalo.blogspot.com>

Director General

Carlos Padilla Ríos

Edición

Mauricio Coronel

Eréndira Estrada

Corrección de estilo

Fausto David Perera

Diseño

Lizbeth López

Redacción

Jaime Hernández Gómez, Marisol Orta

Reporteros

Balbina Flores Martínez, Primavera Téllez Girón, Atziri Ávila, Víctor Chávez, Viridiana Villegas Hernández, Anayeli García

Corresponsales

José Ferruzca, Europa; Ricardo Martínez, Centroamérica

Colaboradores

Luis Miguel Carriedo, Graciela Ramírez, Gabriel Sosa Plata, Pablo Arredondo, Francisco Hernández Lomeli, Víctor Becerril, Jorge Pulido, Agustín Pineda, Naief Yehya, Antonio Medina, Raúl Trejo Delarbre, Elvira García, César Amador, Frambel Lizárraga Salas.

Caricaturistas

Rapé, Hernández, Luy, Gallut

Comité de Redacción

Beatriz Solís, Javier Corral, Jenaro Villamil,
José Reveles, Rogelio Hernández López,
Luis Miguel Carriedo, Gabriel Sosa Plata.

Consejo Editorial

Alma Rosa Alva de la Selva, Javier
Esteinou, María Victoria Llamas (†), Carlos
Mendoza López, Ernesto Villanueva,
Manuel Gutiérrez Oropeza (†), Octavio
Islas Carmona, Gerardo Montes.

Fotografía

Cuartoscuro

Secretaría

Concepción Villegas

Circulación

Carlos Arriaga

Monitoreo

Medialog

Publicidad

Jenifer Vázquez

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 licitud de título 12280. Número de certificado de licitud de contenido 8943. Número ISSN 1665-8698. Domicilio: Calzada México-Tacuba 235 cuarto piso, colonia Popotla, delegación Miguel Hidalgo. Tels.: 5341 6590 y 5341 6597, alternativamedios@prodigy.net.mx, revistazocalo@yahoo.com.mx Internet: www.revistazocalo.com.mx. Impreso por imprenta Santiago, Río San Joaquín 436, Col. Ampliación Granada C.P. 11520, México, D.F. Precio por ejemplar: 30 pesos. Suscripción anual: 300 pesos por 12 números. Distribución: Publicaciones CITEM, S. A. de C.V. Tel.: 5238 0200. En Sanborns en toda la República. En el Distrito Federal, Estado de México, Morelos, Puebla, Querétaro y Guerrero. Registro postal publicaciones PP09-1056 autorizado por SEPOMEX

Contenido

Mesa de redacción

4 Matar al mensajero

Cartón de *Rapé*

5 Filtraciones

Para seguirle la pista

6 En entredicho, aval de
transparencia mexicana
sobre Licitación 21

Acceso a la información

12 Debate en España:
¿WikiLeaks es la bomba
que lo cambia todo?
José Ferruzca

15 Repugnante actuación
del gobierno español:
Lola Couso / José Ferruzca

19 WikiLeaks: la gestión
de la opinión y la doctrina
del secretismo / Norma Pareja

22 Revolución informativa
Jenaro Villamil

25 Veinte propuestas sobre
WikiLeaks
Raúl Trejo Delarbre

Portada



8

**WikiLeaks exhibe el *Cablegate* y
EU emprende feroz embestida**
Naief Yehya

28 WikiLeaks abre una nueva brecha informativa
Octavio Islas y Amaia Arribas

31 Julian Assange, un retrato / Elvira García

33 La verdad siempre vencerá / Julian Assange

35 Con WikiLeaks la vigilancia cambia de lado: RSF
Carlos Padilla Ríos

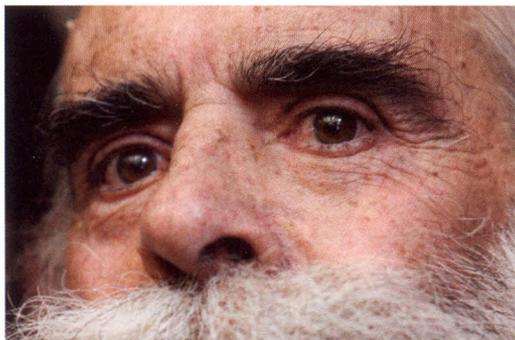
36 Entrevista a James Breiner / Redacción

37 Manning y el caso del "teléfono" descompuesto
Mauricio Coronel Guzmán



Libertad de prensa

- 40 **Temo por mi vida: Anabel Hernández**
Rogelio Hernández López
- 44 **SCJN /** Balbina Flores Martínez



Comunicación política

- 46 **De la batalla de "Afgatzingán" a la reaparición de Diego**
José Reveles
- 49 **Historias de marketing y comunicación corporativa**
Félix Martínez Sanabria

Televisión

- 51 **La ficción, "dueña" de la TV en 2010**
Guillermo Orozco y Darwin Franco-OBITEL México

Academia

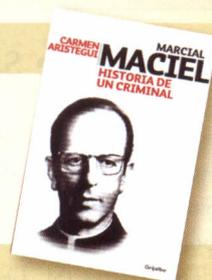
- 53 **UAM inicia radio; permiso de TV, a la espera: Fernández Fassnacht**
Carlos Padilla Ríos
- 55 **Reconocen a universidades públicas /** Redacción
- 57 **Modelo "ninis" en las escuelas de comunicación**
Javier Esteinou Madrid
- 59 **Derecho de réplica**
Gerardo Montes

Derechos humanos

- 61 **Los medios, determinantes para la pluralidad: Álvarez Cibrián**
Carlos Padilla Ríos
- 63 **Rechaza Bolivia "Acuerdo de Cancún"**
Pablo Ernesto Mansilla
- 65 **Premio Nacional de Periodismo a Zócalo /** Redacción

Reseña

- 67 **Criminal defenestrado**



Tesis

- 69 **Niños e internet**
Frambel Lizárraga Salas

Modelo "ninis" en escuelas de comunicación*

Javier Esteinou Madrid

Derivado de la dinámica del mercado neoliberal que mercantiliza todos los aspectos de la vida, el concepto exitoso del comunicador en la modernidad contemporánea oscila más entre el manejo de las formas con que se difunden los mensajes, que gira en torno a la relevancia orgánica de los contenidos de los mismos y los procesos de interacción social que producen. En este sentido, el comunicador exitoso, especialmente en los medios electrónicos, es hoy la persona guapa, simpática, joven, sexy, dinámica y glamorosa que genera suficiente seducción para concentrar la atención de los auditorios masivos; y no la persona que estructura y profundiza en los mensajes transmitidos a los públicos según sus necesidades de desarrollo.

De esta manera, en la dinámica de comunicación moderna lo relevante son los recursos de la risa, el hedonismo, la frivolidad, la diversión, lo histriónico y el estruendo con los que se adorna la información para evadir el contacto con la realidad, y no los grados de participación o reacciones de conciencia que provoca en las comunidades para incentivar la reconstrucción colectiva de los proyectos sociales. Emanado de este modelo, hoy vivimos el esquema comunicativo de la trivialidad donde lo principal es el disfrute del momento presente y no la reflexión sobre el futuro; gozar, sentir, vibrar al extremo el momento y no meditar sobre las consecuencias; perderse en el orgasmo del instante y no profundizar en los panoramas de mediano y largo plazos; emitir informaciones epidérmicas para vincularse con el *modelo*



No hay un sólo modelo de comunicación

de la *relación líquida* y no desarrollar cerebralidades que permitan el avance de nuestra conciencia; saturarse de información parasitaria que promuevan la sensación de la internacionalización moderna del ser y no jerarquizar los aspectos más relevantes que tienen que ver con las necesidades de la sobrevivencia así como la ausencia de utopías sociales y su reemplazo con la incorporación a los ciclos emocionales y estéticos de la moda.

Este concepto, trasladado al terreno de la enseñanza, impulsó con mayor fuerza la expansión del *Modelo de Comunicación Narcisista* que, mediante la lógica del conocimiento endogámico (encerrado en sí mismo) que practica la mayoría de las escuelas de comunicación, ocasiona que éstas sólo se vean a sí mismas como el centro del proceso comunicativo, evitando mirar al conjunto de la sociedad que es su referente natural y al cual se deben. Con la expansión de esta directriz surgieron las "*Escuelas de Comunicación Ninis*", caracterizadas porque no fomentan la comunicación de la sociedad, ni conocen su realidad comunicativa, no se preocupan por crear otro modelo de comunicación nacional, ni plantean alternativas comunicativas para los grandes conflictos de crecimiento de la nación, simplemente se dejan atraer por la brújula del espectáculo, la frivolidad, la estridencia, el

show y el escándalo, que promueve el modelo dominante de comunicación-mercado en México.

No obstante la enorme autonomía intelectual, académica y pedagógica de la que gozan las escuelas de comunicación para posicionarse públicamente ante los diversos problemas de la realidad, éstas no han enfocado sus recursos académicos para contribuir a generar una sociedad con mayor nivel de comunicación. En su mayoría se han encerrado en un mundo particular, empequeñecido y artificial que confunde la información con la comunicación, y autistamente se enclaustran en sí mismas pensando que ése es el verdadero universo de la comunicación nacional. Se construye una agenda de temas, acciones y reflexiones endogámicas profundamente alejadas de la realidad y las necesidades prioritarias del desarrollo comunicativo de las mayorías nacionales, y más cercanas de las necesidades excéntricas del mercado comunicativo.

Autismo comunicativo

Salvo contadas excepciones que plantean su acción intelectual desde la dinámica de prioridades sociales, la mayoría de los currículos académicos quedan vinculados con un mundo administrativo-comercial-empresarial-tecnológico-modernista que muy poco tiene que ver con los grandes desafíos de la problemática nacional. La tendencia curricular de la mayoría de las escuelas de comunicación ha girado al servicio del fortalecimiento de los requerimientos del mercado o de la reproducción del poder y no a favor del desarrollo integral de la sociedad en sus fundamentos básicos.

El alejamiento de las escuelas de comunicación de la realidad cotidiana es

tan marcado que casi la totalidad de las mil seis instituciones de enseñanza superior que imparten la carrera de comunicación o periodismo en la República, nunca se han pronunciado frente a los principales conflictos comunicativos de los últimos años. Por ejemplo, en 2002 la Secretaría de Gobernación canceló autoritariamente las *Mesas de Diálogo* para elaborar una nueva ley federal integral de radio y televisión, y se aprobó "el decreto" del 10 de octubre que le otorgó más privilegios a los monopolios dominantes de la radiodifusión. Entonces no existió una posición pública de las escuelas de comunicación que criticara y rechazara aquellas decisiones gubernamentales.

Tampoco cuando en 2003 *TV Azteca* tomó por asalto a *Canal 40* en el Cerro del Chiquihuite impidiendo la existencia de otro canal de televisión distinto con otra orientación informativa a la prevaeciente; ni cuando en 2006 el Congreso de la Unión aprobó la *Ley Televisa* que representaba la mayor expropiación del patrimonio radioeléctrico de la nación en toda la historia de México; así mismo cuando en 2007 la Reforma Electoral le proporcionó a los partidos políticos más de 33 millones de *spots* para proselitismo ideológico a través de los tiempos oficiales, cuando son un bien público de la sociedad.

Hoy, las escuelas de comunicación se encuentran alejadas del ser humano que busca resolver sus necesidades prioritarias de existencia.

O cuando en 2009 diversos organismos mundiales defensores de la libertad de expresión señalaron reiteradamente que, después de Iraq, México es el país más peligroso de todo el planeta para ejercer la profesión del comunicador.

Mucho menos se demostró la influencia tan determinante que tuvo la televisión mexicana en la formación de malos hábitos alimenticios, que convirtieron a México en la nación con mayor población de obesos y diabéticos de todo el mundo. Ni cuando el 31 de marzo de

2010 el Poder Ejecutivo dictó el decreto por el que creó el Organismo Promotor de Medios Audiovisuales con el cual *Canal 11*, *Canal 22* y el *Instituto Mexicano de la Radio (IMER)* perdieron la poca independencia y naturaleza de medios de servicio público que habían alcanzado durante muchos años y se convirtieron en instrumentos de propaganda del Partido Acción Nacional para las elecciones de 2011 y 2012.

Del mismo modo, cuando en septiembre de 2010 la estrategia de agresión de las fuerzas del narcotráfico obligaron a que el *Diario de Juárez*, en Chihuahua, quedara obligado a pactar con los cárteles de los estupefacientes para que éstos fijaran las políticas editoriales sobre lo que los medios pueden decir y lo que deben callar. Tampoco cuando el 1 de octubre de 2010 en contra del orden jurídico, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes ratificó la *Licitación 21* a favor de *Televisa* y *Nextel*, con lo cual se fortaleció desproporcionadamente el esquema monopólico de las telecomunicaciones en el país.

Las pocas manifestaciones críticas que se experimentaron en el ámbito académico frente a esos hechos, surgieron de alumnos, profesores e investigadores, pero nunca provinieron oficialmente de las instituciones de enseñanza, a las cuales les correspondía manifestarse oficialmente ante tales realidades que, de forma directa o indirecta, afectan el campo profesional de la comunicación.

Hoy, las escuelas de comunicación se encuentran alejadas del ser humano, que busca resolver sus necesidades prioritarias de existencia, y han caído en una esquizofrenia institucional y profesional que las ha llevado a vivir una tendencia a la posmodernidad tecnológica, donde todo debe estar atrave-



El manejo de Internet es indispensable en el ejercicio de periodismo

sado por las mediaciones informativas que construyen *shows*, espectáculos y escenografías tridimensionales, pero no por dinámicas de comunicación que permitan incrementar la tolerancia, el aumento de la conciencia ciudadana y la convivencia social armónica. Las facultades donde se imparte la carrera de comunicación están atrapadas en la carrera vertiginosa de la revolución tecnológica, con sus respectivos fenómenos paralelos del entretenimiento, los espectáculos, los *shows* mediáticos, las interacciones televisivas y las visualizaciones en tercera dimensión, aunque no en la reflexión de cómo usar el portento técnico para contribuir a resolver los grandes desafíos de la nación.

En el "modelo de escuelas de comunicación *ninis*" se reproducen más habilidades para manejar técnicas, generar efectos, producir impactos, que para generar conocimientos aplicados a la creación de atmósferas de comunicación, reconocimiento, valoración e inclusión que contribuyan a solucionar los conflictos sociales.

Los sentimientos comunicativos de la nación

Es necesario cuestionarnos ¿Cuál debe ser el contenido de una agenda de las escuelas de comunicación al iniciar la segunda década del siglo XXI en el país? En otras palabras, ¿cuál podría ser el papel que deberían jugar las escuelas de comunicación en el ciclo histórico de transformación social que oscila entre 1810-1910-2010 en México?

Debemos recordar que desde las es-

cuelas de comunicación no podemos cambiar el mundo, ni las relaciones de dominación milenarias. Sin embargo, sí se pueden aportar elementos comunicativos estratégicos para que la sociedad inicie su propia transformación comunicativa mediante la práctica de nuevos procesos de interacción comunitaria que sirvan de herramientas a los agentes sociales para discutir el proyecto global de crecimiento colectivo.

Propuestas para las escuelas de comunicación

1. En conjunto con otros organismos civiles, las escuelas de comunicación deben exigirle al Estado y a los partidos políticos promover una nueva ley democrática de radiodifusión y de telecomunicaciones; flexibilizar al sistema de medios de información colectivos para abrirlo a la participación social y propiciar que deje de ser un simple instrumento para completar el ciclo de acumulación de capital y de reforzamiento de las estructuras de poder. Se podría así lograr que el descontento colectivo se dirima en las

pantallas y en los diales de los medios y no a través de la toma violenta de avenidas, periféricos, calles o plazas.

2. Las escuelas deben participar críticamente en la discusión pública de las políticas y los modelos de comunicación para el país.

3. Construir observatorios académicos sobre el comportamiento de los principales medios masivos de difusión para medir el grado de respeto que guardan éstos frente a la ley establecida y señalar las penas que el Estado debe aplicar.

4. Elaborar indicadores cuantificables para medir la existencia o ausencia de procesos de comunicación colectivos que colaboren en superar la cultura de la difusión de información que hoy se expande en el país, para encarar las crisis sociales.

5. Mientras se avanza en las instancias anteriores, las escuelas deben utilizar todos los progresos que aporta la revolución de la sociedad de la información, como la Internet, las redes sociales, los teléfonos celulares, las computadoras, para facilitar la comunicación en la sociedad.

6. Siendo la Internet el único espacio libre donde se comunica la sociedad, las escuelas de comunicación deben oponerse enérgicamente a las tentaciones de control que surgen en los partidos políticos para controlarlo. La Internet debe continuar existiendo, un espacio libre y libertario para renovar a la sociedad y refundar a la República.

Es por ello, que en este marco de transición histórica de un tipo de sociedad a otra, con el fin de fortalecer los “sentimientos comunicativos de la nación”, hoy más que nunca es necesario rescatar la filosofía del fundador de la Escuela de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, José Sánchez Villaseñor, quién desde sus orígenes planteó que “las técnicas de la comunicación deben estar al servicio del hombre y no el hombre al servicio de las técnicas de comunicación. ✓

jesteinou@gmail.com

* Resumen de la ponencia presentada por el doctor Javier Esteinou durante el XV Encuentro Nacional CONEICC realizado en octubre en la Universidad Iberoamericana.

Llega a senado derecho de réplica

Gerardo Israel Montes

Casi al término del pasado periodo ordinario de sesiones, el 8 de diciembre se presentó de primera lectura en el Senado, la tan postergada Ley Reglamentaria del artículo sexto de la Constitución en materia de derecho de réplica, que abre la puerta para la discusión y su eventual aprobación, lo que no ocurrió porque ni siquiera fue publicada en los siguientes días, en la Gaceta Parlamentaria.

Con este nuevo aplazamiento, el Poder Legislativo continúa faltando con lo establecido en el decreto publicado el 13 de noviembre de 2007, donde se consig-

nó el derecho de réplica en el primer párrafo del artículo sexto constitucional, y se fijó su reglamentación “en un plazo máximo de treinta días naturales contados a partir del inicio de la vigencia”. Además, desde el 14 de enero de 2008, se estableció en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (artículo décimo transitorio), que “a más tardar el 30 de abril de 2008, el Congreso de la Unión deberá expedir la ley reglamentaria”, donde se establece la garantía de partidos políticos, precandidatos y candidatos para ejercer su derecho de réplica respecto a la información difundida por los medios de comunicación que consideren inexacta.

Al postergarse esa garantía de todo ciudadano o instituto político, una parte importante del proceso constituyente que dio origen a la reforma electoral de 2007 sigue pendiente, con su colateral daño al sistema democrático mexicano y, de manera específica, al mejoramiento de los derechos de las libertades de expresión y de información, inherentes al derecho de réplica. Habrá que esperar al siguiente periodo de sesiones (febrero) para conocer el futuro de ese dictamen donde se reúnen las propuestas del PAN, PRI y PRD.

Por lo pronto, habría que advertir de ese dictamen la exclusión de la propuesta de los senadores perredistas Pablo