

• Protegen televisoras a su aliado Gamboa Patrón

ZÓCALO

Comunicación • Política • Sociedad

Impunidad y olvido con Fox...



periodistas asesinados

- **Convergencia para elegidos**
- Carta a Felipe Calderón • Audiencias críticas sin alternativa
- El ajedrez, un peón en el periodismo
- Tv Azteca y Televisa expulsan a José Ramón Fernández
- Libro de Reveles desnuda corrupción panista



CONTENIDO

Mesa de Redacción

- 4 Criminalidad impune

El cartón de Hernández

- 5 Penitencia

Portada

- 6 **Impunidad, la herencia de Fox**
Balbina Flores/Nelly Olivos
- 11 **Recuento de los daños**
Nelly Olivos/Balbina Flores
- 12 **Profundiza SCJN en caso de Lydia Cacho**
Galo Ramírez
- 12 **Confirman sentencia contra Olga Wornat**
Redacción
- 13 **Derecho a la información, un resolutivo de la CND**
Galo Ramírez
- 14 **Cobijo mediático a un alfil en el congreso: Emilio Gamboa**
Jenaro Villamil
- 16 **Convergencia para privilegiados; opacidad en radio digital**
Raúl Trejo Delarbre
- 18 **Carta a Calderón**
- 19 **Medios públicos en el limbo: Ernesto Velázquez**
Redacción
- 20 **Galimatías, la respuesta del IFE a Proceso**
Elvira García
- 21 **Negativa a Proceso, voto o documento**
Redacción
- 22 **Visión Estrecha del Tribunal Electoral**
Lenin Martell
- 23 **Obstrucción presidencial a Notimex**
Adrián Barreto Bedolla
- 24 **Periodistas omnipresentes; uniformidad informativa**
Claudia Benassini Félix
- 25 **Modelo Plural**
Javier Esteinou Madrid

Portada



6 Periodistas asesinados 2000-2006



14 Rehén de su historia



16 Slim: privilegiado

Director General

Carlos Padilla Ríos

Edición

José A. Cabello Nieto, Édgar Pérez Pineda

Portada y Diseño Original

Mónica Méndez Padilla Jiménez

Diseño Gráfico

David Márquez Reyes y
Lex Robles Lagunes

Fotografía

Iván Bustamante, *Cuartoscuro*

Reporteros

Balbina Flores Martínez, Ricardo Martínez, Primavera
Télez Girón, Galo Ramírez, Atziri Ávila, Zósimo Díaz,
Adrián Barreto Bedolla

Colaboradores

Luis Miguel Carriedo, José Luis Martínez,
Graciela Ramírez, Agustín Ramírez, Gabriel
Sosa Plata, Jorge Meléndez, Pablo Arredondo,
Francisco Hernández Lomelí, Pablo Marentes,

Beatriz Solís, Jenaro Villamil, Andrés De Luna,
José de Jesús Guadarrama, Víctor Becerril, Jorge
Pulido, Raúl Valencia, Rocío Casillas Aceves,
José Luis Durán King, Agustín Pineda, Claudia
Benassini, Naiéf Yehya, Antonio Medina, Raúl Trejo
Delarbre

Caricaturistas

Hernández, Luy, Jans, Bogotá, Kemchs

Consejo Editorial

Alma Rosa Alva De La Selva, Irma Ávila, Javier
Esteinou, María Victoria Llamas, Carlos Mendoza

Deportes

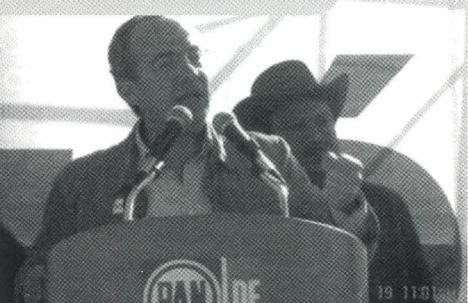


Ajedrez, juego-ciencia 30



Expulsado por televisoras 32

Autores



Corrupción en el PAN: Reveles 46

26 **“Nada y así sea”**
Extracto del libro de Oriana Fallaci

28 **Inexistentes las alternativas en televisión**
Édgar Pérez Pineda

Deportes

30 **Ajedrez, un peón el periodismo**
Javier Vargas/Manuel López Michelone

32 **Azteca y Televisa expulsan a José Ramón Fernández**
Alejandro Olmos

33 **Claroescuro del comentarista deportivo**
Víctor Becerril

35 **Ficción vs. realidad en televisión**
Víctor Becerril

36 **Fomentar conocimiento para la equidad**
Carmen Aristegui

Internacional

38 **Espionaje, ilegalidad a modo de Bush**
Naief Yehya

40 **El caso Simpson, voyeurismo mediático disfrazado de corte**
José Luis Durán King

42 **Atizan medios el miedo a maras**
Ricardo Martínez Martínez/Enviado

Autores

46 **La corrupción dentro del PAN: José Reveles**
José A. Cabello

49 **Imagen y comunicación en la ALDF**
Rafael Luviano

Libros y Revistas

50 **Novedades editoriales**

Caja de luz

54 **Entregas y te vas**

Cartón erótico

56 **Insatisfecho**

Modelo plural

Dr. Javier Esteinou Madrid*

Durante la discusión en el Senado de la República de las reformas a las leyes Federales de Radio y Televisión y de Telecomunicaciones distintos sectores sociales propusieron un proyecto en el que expusieron al menos 14 argumentos, para construir un modelo democrático de comunicación que permita un desarrollo justo y plural para el país:

1.- El Estado es la entidad rectora de la sociedad. Debe estar por encima de los intereses monopólicos de las empresas informativas para establecer un orden comunicativo equilibrado y de participación colectiva.

2.- La sociedad no es un simple y potencial mercado comunicativo al que se deba explotar irrefrenablemente, sino un conjunto de individuos con necesidades de desarrollo, para el que la comunicación es primordial. Por ello, la comunicación no debe ser entendida como una herramienta para acumular más capital, sino para lograr el desarrollo de las comunidades.

3.- El proceso de la comunicación colectiva que sólo participa de la dinámica del mercado sin control produce una comunicación salvaje, una sociedad fragmentada y culturalmente débil. Este proceso debe regirse por políticas planificadoras del Estado y contribuir al equilibrio social.

4.- La comunicación no debe ser concebida como una mercancía más, sino como un bien social y público para el desarrollo de la nación. A ésta deben poder acceder todos los ciudadanos a través del ejercicio del *Derecho a la Información*, el *Derecho de Réplica*, y el *Derecho a la Participación Comunicativa*, y otros derechos reconocidos internacionalmente.

5.- El proceso comunicativo se entiende integralmente como la producción, la difusión, la asimilación de la información y la respuesta respectiva del auditorio (Producción-Difusión-Recepción-Respuesta), donde el énfasis está colocado en la reacción o respuesta de los receptores. En consecuencia, además de ser receptor el auditorio también es emisor, así se evita el esquema unilateral de informar únicamente.

6.- La dinámica para resolver los asuntos de la comunicación nacional debe fundamentarse en la negociación tripartita, compuesta por el Estado, la sociedad y los concesionarios. No debe basarse en procesos bilaterales entre el Estado y los propietarios de los medios, ya que produce un modelo de comunicación excluyente.

7.- Al no ser la comunicación mero instrumento para la acumulación económica, el otorgamiento de concesiones no debe efectuarse con criterios de subasta al mejor postor financiero; sino estar regido por políticas de beneficio y desarrollo de las comunidades.

8.- El marco regulatorio de la comunicación colectiva debe normarse por principios e intereses del bien común y debe ser representado por el Estado y sus órganos de gobierno. Esto debe traducirse en competencia nivelada, sentido de servicio público y desarrollo colectivo balanceado.

9.- A diferencia de la concepción mercantilista, la propuesta ciudadana advierte que el espacio radioeléctrico es un bien público, propiedad de la nación, que debe estar al servicio y beneficio social. Por consiguiente, debe ser administrado con criterios transparentes que defiendan a la radio y la televisión como instituciones de servicio público que impulsan el crecimiento colectivo.

10.- La gestión del espectro radioeléctrico debe gobernarse con políticas públicas nítidas, imparciales y democráticas para que los sectores involucrados estén en condiciones de equidad para utilizarlo como instrumento de su crecimiento.

11.- Los beneficios obtenidos por la convergencia tecnológica, que genera espacios nuevos, liberados o sobrantes del radioespectro, deben pasar a ser propiedad del Estado Nación mexicano, para que éste forme una reserva potencial de concesiones que deberá licitar gradual y públicamente según las necesidades del crecimiento social.



Foto: Chantocuro
La sociedad propone un modelo plural a las reformas de comunicación.

12.- El otorgamiento de servicios adicionales de telecomunicación a concesionarios de radio y televisión deberá incluir el pago de contraprestaciones al Estado, de acuerdo con el servicio o concesión que se les otorgue, y evitar que éstas sean suprimidas por presiones, chantajes, cabildos o mañosas telarañas jurídicas que suelen aplicar los concesionarios monopólicos.

13.- Con el fin de propiciar la competencia auténtica en el terreno comunicativo se debe evitar la formación de monopolios vía concentración de concesiones. El Estado debe crear reglas imparciales para competir por las concesiones o permisos de la radiodifusión.

14.- Los medios públicos deben tener la posibilidad de alcanzar o complementar su autofinanciamiento a través de la venta de sus productos y servicios informativos o de telecomunicaciones, ya que eso representa una alternativa para fortalecer proyectos culturales y educativos, y para abaratar algunos servicios de telecomunicaciones, actualmente muy caros para la mayoría de la población.

De esta manera, contraria al modelo de comunicación de mercado, que busca la expansión de los grandes monopolios de la información, el proyecto de comunicación democrático pretende que la sociedad cuente con éste, como un instrumento de crecimiento estratégico. ✓

* Investigador Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D. F.