

• Pendiente auténtica reforma a la radiodifusión

ZÓCALO

Comunicación • Política • Sociedad

Revientan a los medios en Oaxaca

- Equilibrios y visceralidad entre comunicadores
- Maciel, perversidad legionaria
- Cuando los medios crearon al *lobo solitario*
- Cómo nació *amito*: Hernández
- *Dragones*, el goce discursivo



Mesa de Redacción

- 4 Apertura necesaria

El cartón de Hernández

- 5 Mastines

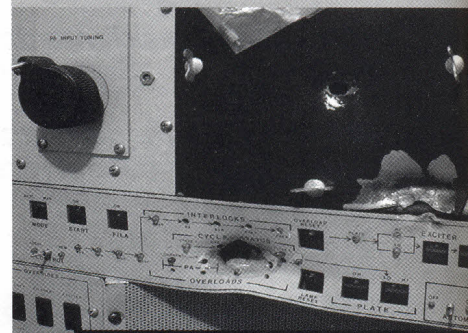
Portada

- 6 **Manipulación informativa y falta de espacios atizan el encono social**
Balbina Flores Martínez
- 10 **Oaxaca y el dedo acusador de los medios**
Virgilio Caballero
- 11 **Uno más, ahora en Chihuahua**
Balbina Flores Martínez
- 12 **Atentado contra los diarios *POR ESTO!* y *Quequi* de Quintana Roo**
Balbina Flores Martínez

Legislación

- 13 **Corregir *Ley Televisa*, reto de la LX Legislatura**
Lucía Casas
- 16 **Medios acotados por la desconfianza**
Raúl Trejo Delarbre
- 18 **Realidad y ficción mediática**
Elvira García
- 20 **El modelo *Televisa***
Javier Esteinou Madrid
- 22 **Radios por Internet, respuesta a la desinformación**
Adrián Barreto Bedolla
- 23 ***Democrática Radio* "la voz de la resistencia"**
Haydeé Martínez
- 24 **Falta legislar el secreto profesional en 30 estados**
Beatriz Mojica Morga
- 25 **Tribunal Electoral arrebató triunfo a Cancino**
Luis Ángel Sánchez
- 26 **¿Detendrán la voracidad de *Telmex*?**
José de Jesús Guadarrama H.

Portada



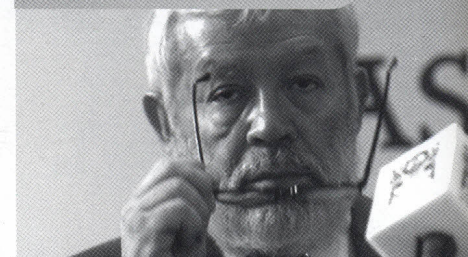
- 6 **Revientan a los medios**

Legislación



- 13 ***Ley Televisa* proceso inconcluso**

Periodistas



- 18 **Granados Chapa, credibilidad**

Director General

Carlos Padilla Ríos

Edición

José A. Cabello Nieto, Édgar Pérez Pineda y Luz Juárez

Portada y Diseño Original

Mónica Méndez Padilla Jiménez

Diseño Gráfico

David Márquez Reyes y Lex Robles Lagunes

Fotografías de Portada

Blanca E. Hernández y Ezequiel Leyva

Fotografía

Iván Bustamante, *Cuartoscuro*

Reporteros

Balbina Flores Martínez, Ricardo Martínez, Primavera Téllez 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, Naief Yehya, Antonio Medina, Raúl Trejo Delarbre

Caricaturistas

Hernández, Luy, Jans, Bogotá, Kemchs

Secreto profesional



Legislar en estados

24

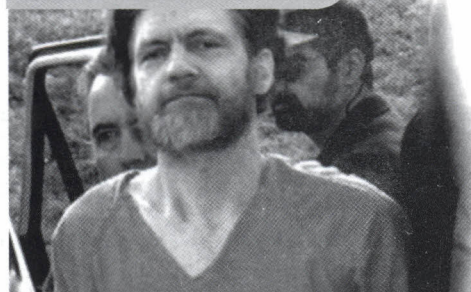
Derecho a la información



Pederastia documentada

32

Cultura



El lobo solitario

44

- 27 **Confían concesionarios en ganar amparo contra *Ley Televisa***
Redacción
- 30 **Apuntes para una reconstrucción nacional**
Claudia Benassini Félix

Derecho a la información

- 32 **A Marcial Maciel podrían canonizarlo, pero sería el beato de los pederastas: Fernando M. González**
Carlos Padilla Ríos
- 35 **El silencio, cómplice de Maciel**
Luis Miguel Carriedol
- 38 **Ahumada- Televisa, el boomerang de los videoescándalos**
Jenaro Villamil
- 42 **El Senado debe ratificar al director de la agencia: *Sutnotimex***
Adrián Barreto
- 43 **Continúa el éxodo en *Crónica***
Redacción

Cultura

- 44 **Cuando los medios crearon al *lobo solitario***
José Luis Durán King
- 46 ***Dragones*, el goce discursivo**
Andrés de Luna
- 47 **López Obrador, un político con defectos pero también con virtudes: José Hernández**
Redacción

Autores

- 50 **México, a la deriva en políticas públicas de comunicación: Casas Pérez**
Édgar Pérez Pineda

Libros y revistas

- 54 **Novedades editoriales**

Caja de luz

- 55 **Repudio y cierre**

Consejo Editorial

Alma Rosa Alva De La Selva, Irma Ávila, Javier Esteinou, María Victoria Llamas, Carlos Mendoza López, Jorge Meléndez, José Palomo, Octavio Islas Carmona, Graciela Ramírez, Beatriz Solís, Ernesto Villanueva, Manuel Gutiérrez Oropeza T, Rogelio Hernández López.

Diseño Página Web

David Márquez Reyes

Circulación

Martín Cárdenas

Secretaría

Concepción Villegas

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 Tacubá 235 cuarto piso, colonia Popotla, delegación Miguel Hidalgo. Tels.: 53416590 y 53416597, alternativa medios@prodigy.com.mx, periodicozocalo@hotmail.com.

Página en Internet: www.revistazocalo.com.mx. Impreso en los talleres de Reproscan, S.A. de C.V., Antonio Maura No. 190, Col. Moderna, C.P. 03510, Del. Benito Juárez, México D.F. Tel. 5590 9932.

Precio por ejemplar: 20 pesos

Suscripción anual: 250 pesos por 12 números

Distribución:

Publicaciones CITEM, S. A. de C.V. Tel.: 52380200.

En Sanborns en toda la república.

EDUCAL, S.A. de C.V. Tel: 53544037, 53562815.

En el Distrito Federal; Edo. Méx, Morelos, Puebla, Querétaro y Guerrero.

El modelo Televisa

Dr. Javier Esteinou Madrid*

Al discutirse en el Senado de la República la reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión y a la Ley Federal de Telecomunicaciones, para definir el marco regulatorio que gobernará el campo de la radiodifusión y las telecomunicaciones nacionales durante los próximos 40 o 50 años, lo que en realidad sucedió y afloró bajo esa polémica fue, en última instancia, la lucha enconada de dos grandes proyectos de concepción radicalmente opuesta sobre los medios colectivos y electrónicos de información, sobre el Estado, sobre la nación y la sociedad. Y dos vías marcadamente distintas para lograrla: el modelo de información del mercado monopolístico y el modelo de comunicación para la participación democrática ciudadana.

Así, respaldados por las empresas dominantes de la televisión y la radio, la Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), legisladores con intereses creados, compañías de mercadotecnia, técnicos particulares al servicio del plan de la comunicación de mercado, impusieron en México el proyecto privado de información mercantil de los monopolios comunicativos, regidos por la lógica de la acumulación. Tal estrategia sostuvo que la reforma a las telecomunicaciones nacionales debía tener, entre otras, las siguientes 14 características:

1. En el terreno comunicativo, el Estado es un mero gerente que debe servir para proteger y administrar los principales intereses monopolísticos, y no una instancia de representación y salvaguarda de las grandes necesidades colectivas.

2. La sociedad sólo es percibida como un mercado, con diversas facetas mercantiles, según son los estratos



Complices.

Foto: animalpolitico.com

de poder adquisitivo que poseen los receptores. Por consiguiente, este modelo no reconoce la existencia de ciudadanos, sino de simples consumidores o clientes potenciales, con los cuales se hace negocio e incrementa el porcentaje de ganancias.

3. La rectoría del Estado nación debe reducirse sustancialmente en el área informativa, para permitir unilateralmente que la lógica de los monopolios defina el proceso de comunicación colectiva, y anular así la lógica de planificación comunicativa basada en la participación y sobrevivencia de los grandes grupos sociales.

4. La comunicación sólo alcanza el rango de simple instrumento tecnológico, eficiente y ágil para hacer negocios, y no una actividad colectiva con valor de servicio público.

5. El proceso comunicativo no se entiende integralmente (como producción, difusión, asimilación de información y respuesta respectiva del auditorio), sino como una fase parcial que no incluye la respuesta de los receptores. Por lo tanto, el proyecto simulado de "comunicación social" es equivalente a un mero proceso de información (producción-difusión-recepción), en el cual el auditorio sólo es considerado como receptor pasivo y sin capacidad de respuesta. Por consiguiente, aunque se difunde desde principios del siglo XXI que vivimos en una sociedad de la comunicación, en realidad la sociedad mexicana está experimentando un efecto masivo de información y no de comunicación.

6. La dinámica para la solucionar los problemas de la radiodifusión nacional se apoya en la negociación

bilateral entre Estado y concesionarios, y no en la relación trilateral para pactar acuerdos entre Estado, comunidad y propietarios.

7. La vinculación de los concesionarios con el poder político se fundamenta, en el fondo, en la vieja práctica de introducir oscuras y viciadas componendas a la ley, para compartir beneficios mutuos y reforzar sus condiciones de poder, y no en una relación transparente basada en los principios jurídicos del estado de derecho comunicativo y de la construcción de la democracia.

8. El proceso de la comunicación electrónica y de las telecomunicaciones debe estar regido por los mecanismos autorregulatorios del mercado, que fija la "libre y espontánea" relación de oferta y demanda entre productores y consumidores comunicativos, y no está regido por los principios del Estado nación, que tratan de la construcción de la República y la cimentación de la democracia en México. De esta forma, lo que prevalece es el prototipo de información sustentado en la lógica darwinista del mercado salvaje o del mercado desbocado, sin contrapesos que lo equilibren.

9. Al concebirse la radiodifusión como una cuestión puramente de asuntos técnicos y de negocios, dominada por la racionalización del *business*, entonces debe quedar colocada, por ejemplo, en las mismas circunstancias que el otorgamiento de concesiones para construir carreteras o para ofrecer servicios de telefonía. Por lo tanto, las concesiones de radio y televisión también deben pasar el mismo procedimiento de licitación que experimentan otras ramas económicas, para otorgarlas al mejor postor: esto es, el que más dinero ofrezca, más derechos tiene para adquirirlas.

10. La administración del espectro radioeléctrico debe realizarse bajo estrategias de discrecionalidad política y no de gestiones transparentes, públicas e igualitarias que permitan el acceso imparcial de todos los sectores participantes.

11. El progreso comunicativo se concibe como la defensa de los enormes beneficios monopólicos, que favorecen solamente a unos cuantos inversionistas propietarios de las empresas más poderosas del sector, a costa del abandono de las necesidades de las mayorías nacionales e incluso de la extinción de las instituciones de comunicación más frágiles, como son los medios de información del Estado, de servicio público, y los medios comunitarios.

12. La ganancia generada por la transición tecnológica, al pasar de lo analógico a lo digital, y los beneficios logrados con la liberación del espectro radioeléctrico, derivado de la compresión de señales digitales para obtener nuevos espacios radioeléctricos sobrantes, serán únicamente para los sectores monopólicos que controlan el proceso y no para el conjunto de la sociedad.

13. Las facilidades para ofrecer servicios adicionales, de telecomunicaciones en este caso, se logran mediante procedimientos de inequidad jurídica, pues mientras, por una parte, se abren nuevas concesiones mediante la fórmula de la subasta pública —donde quien ofrece más dinero obtiene más concesiones—, por otro lado, el espectro radioeléctrico sobrante se lo adjudican únicamente los concesionarios, sólo mediante la tramitación de una solicitud formal ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, señalando jurídicamente que por la misma

"podrán" requerir alguna contraprestación, y no por concurso abierto e imparcial.

14. Finalmente, para ser competitivos, el nuevo marco normativo en radio y televisión debe alentar intensamente el modelo concentrador de los medios privados y la marginación y el debilitamiento de los medios públicos de Estado, ya que éstos no deben entrar en la competencia del ramo, pues debilitan los porcentajes de ganancia de los medios particulares.

El proyecto de comunicación del mercado liberal sólo benefició al sector monopólico de la información y de las telecomunicaciones, de por sí protegido por el Estado, y marginó los intereses y las necesidades comunicativas fundamentales de la sociedad, demandadas durante muchas décadas en México.

Las reformas no incluyen algunas de las conclusiones de la *Mesa de Diálogo para la Reforma Integral de la Radio y la Televisión*, organizada por la Secretaría de Gobernación (SEGOB), ni los avances logrados a lo largo de cuatro años de trabajo de la *Conferencia Interparlamentaria* y la *Comisión de Comunicaciones y Transportes del Senado* para el sector de las telecomunicaciones, con la intención de crear una relación más transparente, justa y equitativa entre el Estado, los concesionarios y la sociedad.

Tampoco integró alguno de los postulados estratégicos de la *Iniciativa Ciudadana de Reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión*, que ya tenía muy avanzada el Senado de la República.

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

¿Por qué el Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación sirve a México?

Porque nos dice cómo está la educación básica.
Y si sabemos cómo está, ¡podremos mejorarla!

Consulta sus resultados 2006 en: www.inee.edu.mx

inee@inee.edu.mx

Tel. 5482 0900 Ext. 1050

