

ZOCCALO

Comunicación • Política • Sociedad

Implacable competencia gráfica



Vázquez Raña obtiene Excelsior, ¿complicidades?

• CIRT cierra filas; recula Grupo Fórmula

• Televisa se expande en España

• Cita con la muerte desata polémica • Persiste homofobia en prensa.



Directorio

Director General

Carlos Padilla Ríos

Jefe de Información

Gerardo Israel Montes

Portada y diseño original

Mónica Méndez Padilla Jiménez

Diseño gráfico

Raquel Bravo Torres Coto

Edición

Jorge Bravo

Fotografía

Iván Bustamante, Alejandro Meléndez,

Cuartoscuro, Procesofoto

Reporteros

Balbina Flores Martínez, Eric Estrada Ángeles, Mauro Godoy, Ricardo Martínez, Primavera Téllez Girón, Haydée Martínez, Laura Durán, Atziri Ávila, Zósimo Díaz.

Colaboradores

Luis Miguel Carriedo, José Luis Martínez, Graciela Ramírez, Agustín Ramírez, Gabriel Sosa Plata, Jorge Meléndez, Beatriz Solís, Jenaro Villamil, Andrés De Luna, José de Jesús Guadarrama, Víctor Becerril, Jorge

Pulido, Raúl Valencia, Rocío Casillas Aceves, Agustín Pineda, Jacinto Munguía, Claudia Benassini, Jorge Mancilla, Naief Yehya, Antonio Medina.

Caricaturistas

Hernández, Luy, Jacobo, Bogotá, Jans

Redacción y Corrección

Sergio Ulises Montes P., Jaime Morales M., Aura María Vidales

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 †, Rogelio Hernández López.

Diseño página web

Diego Poot

Circulación

Martín Cárdenas

Secretaría

Concepción Villegas

Zócalo, comunicación, política y sociedad

Es una publicación mensual editada en México, DF por Proyectos Alternativos de Comunicación, SA de CV, 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. Tels.: 53416590 y 53416597, alternativamedios@prodigy.net.mx, periodicozocalo@hotmail.com. Página en Internet: www.periodicozocalo.com.mx. Impreso por: Editorial de impresos y Revistas S.A. de C.V. Emilio Carranza 100 Col. Zacahuizco, México, D.F.,

C.P. 03550 Tel. 52.7203.99.

Precio por ejemplar: 20 pesos

Suscripción anual: 200 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.

Fotos de portada: Iván Bustamante

Contenido

Mesa de Redacción

- 4 **Mesa de redacción**

El cartón de Hernández

- 5 **El amigo Olegario**

Portada

- 6 **Diseño editorial, evolución permanente**
Itzel Zúñiga
- 12 **El segundo golpe a *Excélsior***
Jenaro Villamil
- 16 **El dictamen de los diputados, contrarreforma: expertos**
Jorge Bravo
- 20 **Complicidades con la conversión tecnológica**
José de Jesús Guadarrama
- 21 ***Ley Televisa*, contra la Nación**
Virgilio Caballero
- 22 **En desventaja empresas de telecomunicaciones; *Televisa* quiere todo el espectro**
Gerardo Israel Montes
- 26 **Diputados mantienen discrecionalidad: Eric Rubio**
Gerardo Israel Montes
- 27 **Grupo Fórmula apoya las reformas a la LFRT**
Gerardo Israel Montes
- 28 **Ignoran a las radios comunitarias**
Aleida Calleja
- 30 **Debaten Beatriz Solís y Federico González en *Zócalo Radio***
De la Redacción

Tira mediática

- 31 **Lemas de campaña**
Jans

Derecho a la información

- 32 ***Cita con la muerte***
Itzel Zúñiga
- 35 **El IFAI y la confidencialidad de los documentos personales**
Agustín Ramírez Ramírez

Portada



6

Diseño editorial

Opinión



12

Excélsior, favoritismo



16

Dictamen impugnado

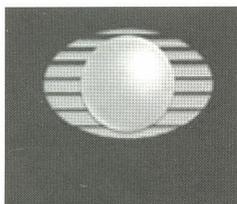
Televisión



laSexta

Televisa a España

38



Documental



Cita con la muerte

32

Cine



Brokeback Montain

51

Periodistas

- 36 **México, Colombia y Haití, triángulo mortal**
Balbina Flores
- 37 **Militares y policías a juicio por asesinato de Rodolfo Walsh**
Ricardo Martínez Martínez

Televisión

- 38 **¿A qué regresa Televisa a España?**
Francisco Hernández Lomelí
- 42 **La otra versión**
Jorge Meléndez

Entrevista

- 44 **Alberto Barranco Chavarría, un periodista con historia**
Jorge Pulido

Cartón Erótico

- 46 **cópula.com**
Kemchs

Caja de Luz

- 47 **Danza con lobos**

Periódicos

- 48 **La prensa estigmatiza a los homosexuales**
Antonio Medina

Cine

- 51 **Brokeback Montain**
Andrés de Luna
- 52 **Apoya Presidencia a candidato del PAN y viola tregua electoral**
Javier Esteinou Madrid

Desde la coloña

- 54 **Radios comunitarias**
Aquiles Canto
- 55 **Expofoto: modelo para armar**
Galo Ramírez
- 56 **Novedades Editoriales**



Apoya Presidencia a candidato del PAN y viola tregua electoral

Los constantes excesos mediáticos por parte del gobierno panista sobre un supuesto cambio político, con la aplicación desproporcionada de recursos del erario federal en publicidad, también se reflejaron en la conducta del Ejecutivo al establecer otros acuerdos políticos nacionales para regular, en tiempo de elecciones, el uso de los medios de información con fines de propaganda electoral.

Así, durante la llamada *tregua electoral* —planteada por el Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE) del 11 de diciembre de 2005 al 18 de enero de 2006, con el acuerdo de todos los partidos políticos y el gobierno para fortalecer la equidad, la competencia política y la transparencia electoral— el Poder Ejecutivo no respetó cabalmente dicho compromiso y “en plena veda propagandística difundió declaraciones alusivas y sesgadas en las que el primer mandatario resaltó los supuestos logros de su gobierno, manifestándose a favor de la continuidad”, con lo cual apoyó al candidato del Partido Acción Nacional (PAN), Felipe Calderón, a la Presidencia de la República.¹

De esta manera, aunque es posible considerar la hipótesis de que el verdadero objetivo de dicho “acuerdo fue adoptado a petición de los grandes consorcios televisivos para reservar en este período de fiestas de fin de año sus tiempos publicitarios a la temporada comercial navideña y dejar para el año 2006 la cosecha de más ganancias estratosféricas que les significó la difusión de la propaganda electoral”;² lo cierto es que, de cualquier forma, la tregua fijó diversas bases para normar el comportamiento de los partidos y agentes políticos ante el período electoral. Entre las directrices más importantes fijadas por el IFE en dicho acuerdo destacaron las siguientes siete:³

1. “Se prohibió la contratación de mensajes, promocionales o *spots* en prensa, radio y televisión o en cualquier otro medio electrónico, impreso o publicitario en los que no sólo se aludiera a los candidatos, sino también a lemas, frases o imágenes con logotipo del partido.

2. “No se autorizó la realización de actos públicos de promoción del candidato, invitación al voto o difusión de la oferta de gobierno, la cual se con-

sideró equivalente a la promoción de la plataforma electoral.

3. “No se aceptó la contratación de publicidad en prensa, radio y televisión para la promoción de partidos con fines de propaganda electoral.

4. “Se impidió la realización de mítines, giras, reuniones públicas en general, actos de propaganda mediante espectaculares, bardas y otros similares que tuvieran como fin promover a los candidatos para ocupar el cargo de Presidente.

5. “Quedó vedada cualquier promoción, incluyendo las felicitaciones navideñas de las entidades comprometidas.”⁴



Mancuerna blanquiazul

6. “Las entrevistas y los encuentros con la prensa formaron parte de los derechos de libre expresión de militantes y candidatos. Sin embargo, todo pronunciamiento que implicara el fomento del candidato, del voto o de la plataforma electoral constituyó un acto anticipado de campaña que no fue autorizado.

7. “Finalmente, se aprobó que los portales de Internet de los candidatos estuvieran abiertos, pero no se pudo incluir nueva información, ni colocar imágenes, frases o vínculos con otras páginas.”

Con ello, se pretendió “garantizar una participación igualitaria y equitativa a todos los partidos contendientes ante el electorado, evitando que una opción política se encontrara con ventajas en relación con sus opositores, al iniciar anticipadamente su campaña política respectiva.”⁵

Sin embargo, aunque frente a este nuevo marco político electoral de coyuntura el Ejecutivo Federal anunció su adhesión “voluntaria” para no hacer referencia a los éxitos gubernamentales e incluso filantrópicamente cedió sus tiempos fiscales para la difusión de la campaña de

credencialización del IFE; en la realidad concreta no cumplió cabalmente dicha responsabilidad pues violó las normas acordadas al difundir propaganda oficial sobre los logros de su gobierno en los últimos cinco años para respaldar al candidato presidencial de su partido.⁶

De esta forma, en la tregua a la que estuvieron sujetos los candidatos a la Presidencia existió una omisión esencial. La gran excepción fue el Presidente de la República, pues Vicente Fox se dedicó a hacer campaña para aumentar el apoyo a su partido y a su candidato.

Así, los espacios públicos dejados por los candidatos en este lapso fueron ocupados de manera exclusiva por el Presidente para hacer proselitismo. Se dijo que él no era candidato sujeto a la veda. Sin embargo, con dicho criterio hubiera bastado que la publicidad a favor de un candidato en contienda la firmara un tercero para evadir la norma y la tregua.⁷

De este modo, durante el período de restricción propagandística, el Ejecutivo señaló que no tenía obligación de respetar la tregua de manera rigurosa pues no es un partido político y dijo estar dispuesto a acatarla a petición expresa del IFE⁸ cuando, moralmente, como primera autoridad, el Presidente de la República debió dar ejemplo de legalidad, civilidad y contribución sustantiva a la creación de la paz social en períodos electorales tan reñidos y delicados como los de 2006.⁹

A lo largo de esta fase de abstención de publicidad gubernamental el Poder Ejecutivo difundió mensajes en los que prometió becas, *changarros*, computadoras y hasta ampliar el Programa *Enciclopedia* en los penales federales, esto durante un acto en el Centro de Tratamiento Varonil (CTV).¹⁰

También aceptó que el secretario de Hacienda hablara sobre los logros de la política económica de esta administración¹¹ mientras, en otros espacios públicos, se destacaron los avances en formación de jóvenes de todo el país a nivel licenciatura, maestría y doctorado.¹²

El Ejecutivo promocionó, además, las principales acciones en salud (Seguro Popular), educación, empleo, vivienda, infraestructura y seguridad;¹³ entregó 400 millones de pesos para erradicar la pobreza en los municipios más atrasados

de Veracruz¹⁴; felicitó a los migrantes, les dio la bienvenida y prometió protegerlos a través del Programa Paisano.¹⁵

Celebró con su gabinete ampliado las metas trazadas para 2005 y llamó a "cerrar fuerte en el 2006" para entregar un país sólido y con estabilidad.¹⁶ Vaticinó que su "último año de gobierno será sin devaluaciones, sobresaltos, quebrantos o aumentos en las tasas de interés y sí con fuertes inversiones en vivienda y en infraestructura, para lo cual se le meterá el acelerador a fondo con el fin de seguir impulsando el avance exitoso del país".¹⁷

Finalmente, a "dos días de concluir la tregua puso en marcha el Programa Oportunidades para adultos mayores que otorgó un apoyo bimestral de 500 pesos a ancianos de 70 años o más ubicados en la pobreza extrema".¹⁸

Estas acciones políticas desiguales del gobierno desataron protestas entre los partidos de oposición y múltiples sectores de la opinión pública que solicitaron enfáticamente al IFE exigir a la Presidencia de la República dejar de hacer proselitismo a favor de su candidato con recursos públicos, pues pone en riesgo la legitimidad de todo el sistema electoral de los comicios de 2006.¹⁹

Ante esta situación tan desproporcionada, es necesario "frenar antes que a nadie al Presidente y a todas las autoridades, inclusive municipales, que hicieron propaganda a favor de candidatos. Esto es delito y está prohibido porque lo hacen con dinero público.

"En un municipio, estado o a nivel nacional, donde cualquier dinero tiene prioridad porque hay una fuerte miseria, hambre, necesidades de salud, educación, alimentación, habitación, etcétera, destinar un centavo a la propaganda es inmoral".²⁰ Por ello, debe ser revisado todo el sentido inmoral de la actual moral pública que con enorme descaro y abuso hace propaganda gubernamental con dinero público a favor de candidatos, mientras a nivel nacional existen enormes desafíos de crecimiento que deben ser atendidos con urgencia.

El establecimiento de la nueva racionalidad jurídica orientada a reglamentar con claridad el gasto público para la promoción comunicativa de las actividades gubernamentales contribuirá a despejar las amenazas surgidas desde la videocracia y a consolidar el funcionamiento de nuestro sistema democrático.

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