

MIRAR LOS MEDIOS DESDE RMC

revista mexicana de COMUNICACIÓN

ISSN 0187-8190

■ AÑO VEINTIUNO ■ NÚMERO CIENTO DOCE ■ TREINTA PESOS



7 52435 03400 5

Dos décadas de comunicación en México

Fundador-Editor: Miguel Ángel Sánchez de Armas

Director: Omar Raúl Martínez

Edición: Verónica Trinidad M.

Consejo Editorial: Gerardo Arreola, Francisco de Jesús Aceves, Alma Rosa Alva de la Selva, Guillermina Baena, José Luis Becerra, Virgilio Caballero, José Carreño Carlón, José Luis Esquivel, Javier Esteinou, Fátima Fernández Christlieb, Ricardo G. Ocampo, Carmen Gómez Mont, Javier González Rubio, Miguel Ángel Granados Chapa, Fernando Gutiérrez, José Luis Gutiérrez Espindola, Octavio Islas, Felipe López Veneroni, Fernando Mejía Barquera, Humberto Musacchio, Raymundo Riva Palacio, Miguel Ángel Sánchez de Armas, Enrique Sánchez Ruiz, Beatriz Solís Lereé, Gabriel Sosa Plata, Florence Toussaint, Ernesto Villanueva

Consejo Editorial Internacional:

Rafael Roncagliolo (Perú), José Marques de Melo (Brasil), Miguel de Moragas (España), Joaquín Sánchez (Colombia), Marcelino Bisbal (Venezuela), José Manuel de Pablos (España), Sergio Caletti (Argentina), Armand Mattelart (Bélgica), Benjamín Fernández Bogado (Paraguay), Mariano Cebrián (España), Manuel Martín Serrano (España)

Coordinadores del Consejo Editorial:

Octavio Islas / Gabriel Sosa Plata

Gerente Administrativa: Esperanza Narváez

Producción: Clara Narváez, Anay Romero, Israel Navarrete

Ilustraciones y Fotografía: Del Ángel, Antonio Soto, *Cuartoscuro*

Diseño de Portada: Sofía Arlén Pérez



Presidente Honorario:

Miguel Ángel Sánchez de Armas

Presidente: Omar Raúl Martínez

Vicepresidenta: Esperanza Narváez Perafán

Unidad de Información: Karina Coronado Cruz

Unidad de Internet: Nataly Luz José

Fondo Editorial: Clara Narváez, Abigail Cervantes

Proyectos Especiales: Roberto Barrios Gaxiola, Pilar Ramírez, Alfonso Yañez, Fabiola Narváez

Unidad de Libertad de Expresión:

Verónica Trinidad Martínez, Raúl Velázquez

Asesores de Producción: Antonio Moreno, Adela Ávila, Hormisdas Cobos (†)

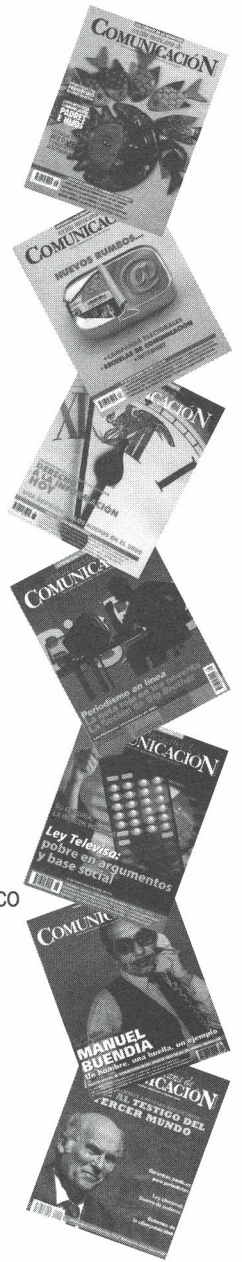
Auxiliar de la Dirección: Jorge Jaramillo

La *Revista Mexicana de Comunicación* es el órgano oficial de la **Fundación Manuel Buendía, AC**. La revista y la Fundación están integradas como observadoras al Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), a la Red Mexicana de Protección a Periodistas y Medios de Comunicación y a la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Ambas son miembros de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura, de la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP), de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) y del Instituto Internacional de Comunicaciones (IIC), y representadas en la Asociación Internacional de Investigadores de Comunicación de Masas. *Revista Mexicana de Comunicación* es una publicación bimestral editada por ECO Información SC. ISSN 0187-8190. Certificado de licitud de título 3390, de contenido 3221 y de reserva de uso de título 72-89. Editor responsable: Omar Raúl Martínez Sánchez. Dirección: Guaymas 8-408, col. Roma, 06700, Del. Cuauhtémoc, México, DF. Tel. 52 08 42 61. Impreso en los Talleres de Reproscán, SA de CV, Antonio Maura núm. 190, col. Moderna, 03510, Del. Benito Juárez, México, DF. Tel. 55 90 99 32. Distribución: En locales cerrados de toda la República CITEM, Taxqueña 1798, México DF. Permiso de SEPOMEX como publicación periódica núm. 048-0689; características 229541 409. No se responde por originales no solicitados. Los artículos firmados no reflejan necesariamente la línea editorial de la revista. Se prohíbe la reproducción del contenido salvo citas para reseña.

revista mexicana de COMUNICACIÓN

SUMARIO

- 16 Excerpta de la Comunicación
Varios Autores
 - 17 La democracia debe pasar por los medios
Alma Rosa Alva de la Selva
 - 19 ¿A quién le crees?
Fátima Fernández Christlieb
 - 20 La eficiencia terminal como utopía
Octavio Islas
 - 21 El Dalai Lama... telegenético
James Fortson
 - 23 La república mediática
Javier Esteinou Madrid
 - 25 Comunicación emocional
Guillermina Baena
 - 27 La revolución *Iphone*
Raúl Parra
 - 29 Propuesta a la carta
Enrique Velasco Ugalde
 - 31 Un hueco al indio peruano
Antonio Cascales
 - 33 Para una guerrilla comunicacional
Carlos de Valle / Luis Nitrihual / Javier Mayorga
 - 35 Impunidad, autocensura y democracia
Fernando Batista Jiménez
 - 37 La construcción de un nuevo espacio público
Efrén Arellano Trejo
 - 39 Analista político y francotirador
Alejandro Gómez Arias
 - 41 Aula abierta
Luis Suárez
 - 48 Dos décadas de comunicación
María de la Luz Casas
-
- columns*
 - 8 **Libreta de Apuntes**
Cumpleaños / **Omar Raúl Martínez**
 - 10 **Tesis, revistas y sitios**
Transparencia, arte, capacitación... / **Fabiola Narváez**
 - 11 **Tecnología y sociedad**
Una perspectiva de 20 años / **Carmen Gómez Mont**
 - 12 **Biblioteca**
Reglas, prensa, poder... / **Alexandra Jiménez**
 - 14 **Mirador europeo**
Visión global / **Mariano Cebrián**
 - 44 **Refugios periodísticos**
De letras y copas / **Jorge Meléndez Preciado**



En páginas centrales, busque el suplemento *Bitácora*
Visitenos en www.mexicanadecomunicacion.com.mx

tenido que declarar emergencia al oficio periodístico de la región.

Eleazar Díaz Rangel

La preparación integral y especialización del periodista sólo se dará en la medida que él mismo encuentre la forma de conjugar sus conocimientos académicos con la práctica profesional.

Pablo Mijares

La prensa norteamericana ya es, de hecho, un componente de la prensa mexicana. Los medios de Estados Unidos son indispensables para saber lo que ocurre en el proceso de debate en nuestro país.

Adolfo Aguilar Zinser

La prensa extranjera desempeña un papel cada vez más importante en y para México. Es un prisma a través del cual

La república mediática

Javier Esteinou Madrid

Con la existencia del nuevo *espacio virtual mediático* que construyeron las *industrias culturales* electrónicas a lo largo del siglo XX y principios del XXI, se produjo un profundo cambio que ocasionó que los medios de información colectivos, especialmente los electrónicos, se convirtieran en instituciones estratégicas para conformar el Estado, la República y la sociedad mexicana.

Con la nueva variable mediática en el ámbito superestructural, encontramos que al concluir la Revolución Mexicana en 1921 se estableció un nuevo pacto social con los acuerdos posrevolucionarios y se fundó la *República Nacional*, conformada por los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial para crear un nuevo orden público de fuerzas equilibradas gracias a contrapesos institucionales que permitieron la convivencia social.

Así, durante el principio del siglo XX, las diversas comunidades de la sociedad posrevolucionaria estuvieron gobernadas por las mediaciones políticas, administrativas, coercitivas, educativas e ideológicas de esos tres poderes de la *República Nacional*. Sin embargo, con la entrada de las tecnologías electrónicas de información de masas en México, con la radio en 1920 y la televisión en 1950, paulatinamente el poder cultural de las industrias culturales crearon nuevas mediaciones tecnológicas que impactaron sobre las anteriores estructuras económicas, políticas, sociales e ideológicas, y gradualmente se desbordó la esfera de acción, control y de orientación político cultural del Estado posrevolucionario tradicional.

A partir del momento histórico en que los medios ocuparon el lugar central en la conformación de la estructura del poder ideológico contemporáneo de nuestro país, se constató que si a mediados del siglo XX el Estado estaba constituido por tres poderes formales divididos y autónomos, a principios del siglo XXI, en términos reales, el Estado mexicano ya está compuesto por cuatro poderes concretos: tres formales-tradicionales que son el Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo y el Poder Judicial, y un reciente actor: el nuevo *Poder Fáctico Mediático*.

Con la existencia de tal corrimiento mediático institucional, se comprobó que en términos comunicativos la sociedad mexicana de principios del milenio está viviendo una transición política: un cambio donde el poder de los medios está reconfigurando, y en ocasiones hasta sustituyendo o desplazando, las funciones ideológico-políticas del Estado nación, de las instituciones públicas, de los órganos de gobierno, de las instituciones públicas, de la clase política y de cualquier otro poder constitucional establecido, por la imposición de la acción, la dinámica, los contenidos y el modelo comunicativo de los canales electrónicos de información colectivos.

Por esa razón, al principio del nuevo siglo, la sociedad mexicana y los Poderes Públicos de la República, especialmente el Congreso de la Unión, están frente a la disyuntiva histórica de aceptar caminar en los próximos años hacia un proyecto de sociedad regido por la cabeza mediática-despótico-autoritaria de los oligopolios comunicativos privados o aceptar caminar hacia un proyecto de sociedad dirigido por el cerebro de un moderno *Estado Nación Ciudadano*, reformado por la creación de un nuevo consenso y pacto nacional jurídico de equilibrio entre medios, Estado y sociedad.



el país, inevitablemente, se distorsiona. La historia, los aspectos positivos y los problemas son magnificados, simplificados o inclusive, aclarados en ocasiones.

Carlos J. García

Se sabe que la mayoría de las publicaciones en México no viven de la venta de sus ejemplares, sino de las planas de anuncios publicitarios. Ello ha determinado, en no pocos casos, que periódicos y revistas con poca aceptación únicamente editen el número de ejemplares suficiente para demostrar a sus favorecedores la aplicación de los recursos que éstos pagaron por concepto de inserción o, en otros casos, que dichas publicaciones saturen sus espacios no con publicidad sino con propaganda política disfrazada.

Ilya Adler

En general, los grandes diarios están rezagados respecto a ciertas publicaciones pequeñas, pero mucho más modernas y penetrantes. Un diario grande tiene muchos problemas, muchos compromisos de orden económico y político que le impiden reflejar las luchas de nuestro tiempo.

Alejandro Gómez Arias

Ser independiente como cartonista implica pelear a diario porque el cartón que uno hace sea el que se publique, aunque no necesariamente refleje la línea editorial del periódico, costumbre aún vigente en algunas publicaciones.

Magú

Vi a Don Manuel Buendía, aquella tarde, adusto y seco, con la severidad en el rostro que sin embargo se aclaraba con frecuencia con una sonrisa que sucedía