



revista Eptic

REVISTA ELETRÔNICA INTERNACIONAL DE ECONOMIA
POLÍTICA DA INFORMAÇÃO, DA COMUNICAÇÃO E DA CULTURA

DOSSIÊ TEMÁTICO

Estratégias de comunicação

Vol. 19, nº 2, mai-ago 2017

V. 19, n. 2 (2017)

Revista eptic vol 19(2)

Sumário

EXPEDIENTE

[expediente](#)

editores da revista

[PDF](#)

1-2

SUMÁRIO

[Sumário](#)

editores da revista

[PDF](#)

3-4

APRESENTAÇÃO

[apresentação da Revista](#)

editores da revista

[PDF](#)

5-6

ARTIGOS E ENSAIOS

[Hipótese substancial, valor e produção simbólica: uma “arqueologia” da Economia Política da Comunicação](#)

Alain Herscovici

[PDF](#)

7-12

[O financiamento à cultura no Brasil: o caso do Ceará nos governos Cid Gomes \(2007-2014\)](#)

Alexandre Barbalho, Ivete Maurício de Lima, Jacqueline Franco

[La política del Estado mexicano para regular los contenidos de la televisión abierta](#)

Javier Esteinou Madrid

[PDF](#)

34-50

[Insegurança, \(re\)partidarização e “fogo amigo”: a economia política da mídia na Era Lula](#)

Fernando Lattmn Weltman, Viktor Chagas

DOSSIÊ TEMÁTICO: ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

[Entrevista com Hilda Salagridas Medina: O Desafio Cubano: Continuar se Abrindo ao Mundo e Manter um Sistema Midiático de Responsabilidade Social](#)

Hilda Saladrigas Medina, Carlos Figueiredo

[PDF](#)

75-87

[Quando religião, política e mídia se confundem: as estratégias políticas e midiáticas do PRB, da Record e da Igreja Universal do Reino de Deus](#)

Janaine Sibeles Freitas Aires, Clara Câmara, Marco Antônio Roxo da Silva, Suzy Santos

[PDF](#)

88-108

[Espetacularização do vazamento de áudios pelo telejornalismo brasileiro: estratégias adotadas pelo Jornal Nacional na cobertura da conversa entre Romero Jucá e Sérgio Machado](#)

Juliana Fernandes Teixeira, Denise Maria Moura da Silva Lopes, Denise Freitas, Jacqueline Lima Dourado

[PDF](#)

109-121

[Narrativas da felicidade mediadas pelas práticas do consumo](#)

Fábio Luiz Witzki, Tarcis Prado Junior, Moisés Cardoso

[PDF](#)

122-135

[O valor econômico do endosso social nas práticas comunicacionais: adoção da estratégia de advertainment na campanha “Oscar Selfie” da Samsung](#)

Letícia Salem Herrmann Lima

[PDF](#)

136-154

[Uma análise interdisciplinar do fim da marca 100% Vídeo](#)

Lucas Vieira de Araújo, Lilian Aligleri

[PDF](#)

155-175

INVESTIGAÇÃO

[Bandeira Tribuzi: um intelectual na luta pelas liberdades democráticas na esfera de poder local](#)

José Ferreira Junior, Clarissa Rodrigues Pinheiro Gomes

[PDF](#)

176-185

RESENHAS

[Por uma dialética do gosto](#)

Ivan Capeller

[PDF](#)

186-192

Revista Eptic

A **Revista Eptic**, ISSN 1518-2487, classificada como QUALIS B1, na área de Ciências Sociais Aplicadas I, é produzida Observatório de Economia e Comunicação (OBSCOM) e vinculada aos programas de pós-graduação em Comunicação (PPGCOM), Economia (NUPEC), da Universidade Federal de Sergipe.

Criada em 1999, a partir de um projeto de organização de uma rede de pesquisadores a partir dos grupos de trabalho de Economia Política da Comunicação da ALAIC (Asociación Latino-americana de Investigadores de la Comunicación) e da INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação).

Este periódico eletrônico quadrimestral, é a única publicação do país a tratar especificamente da Economia Política da Comunicação e da Cultura, tendo forte impacto na sua área específica de atual, tanto em nível nacional quanto internacional.

Divergindo do pensamento único, na multiplicidade organizacional, o grupo de pesquisadores da Rede Eptic foca seus estudos em Economia Política da Comunicação, em tópicos como o processo de oligopolização da mídia, as políticas de comunicação, as inovações na área informacional, a funcionalidade da cultura no capitalismo e os lugares da democracia e da diversidade nessas dinâmicas, sendo protagonista na organização dos estudos críticos em Economia Política da Comunicação no Brasil, na América Latina e na Europa, onde atua em parceria com a Ulepícc (Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura), entidade em cuja fundação teve papel protagonista.

Eptic Magazine, ISSN 1518-2487, classified as QUALIS B1, in the field of Applied Social Sciences I, is produced by the *Observatório de Economia e Comunicação* – Observatory of Economy and Communication (OBSCOM) and connected to the Post Graduation programs in Communication (PPGCOM) and Economy (NUPEC) of the Federal University of Sergipe.

Created in 1999, from an organizational project of a network of researchers derived from the Political Economy of Communication work groups of the ALAIC (*Asociación Latino-americana de Investigadores de la Comunicación*) and of INTERCOM (*Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação* – Brazilian Society of Interdisciplinary Communication Studies). This quarterly electronical journal is the only publication in the country to deal specifically with the Political Economy of Communication and Culture, and has great impact in its specific area of activity, at both national and international levels.

Diverging from the single thought, with organizational multiplicity, the group of researchers in the Eptic Network focuses its studies on the Political Economy of Communication, on subjects such as the process of media oligopolization, communication policies, the innovations in the informational area, the functionality of culture in capitalism and the places of democracy and diversity in these dynamics, it is the protagonist in the organization of critical studies of Political Economy of Communication in Brazil, Latin America and Europe, where it acts in partnership with the Ulepícc (*Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura*), an entity in whose foundation it had an important role.

Equipe Editorial

Comissão Editorial

1. [Prof. Dr. Cesar Siqueira Bolaño \(Diretor\)](#), Universidade Federal de Sergipe, Brasil
2. [Prof. Dr. Ruy Sardinha Lopes \(editor-geral\)](#), Universidade de São Paulo, Brasil
3. [Prof^a. Dr^a Anita Simis \(editora-associada\)](#), Universidade Estadual de São Paulo (UNESP), Brasil
4. [Prof. Dr. Francisco Sierra Caballero \(editor associado\)](#), Universidad de Sevilla, Espanha

secretário executivo

1. [Dr Carlos Peres de Figueiredo Sobrinho](#)

Conselho Editorial

1. [Prof. Dr. Abraham Benzaquen Sicso](#), Fundação Joaquim Nabuco, Brasil
2. [Prof. Dr. Alain Rallet](#), Université Paris-Dauphine, França
3. [Prof. Dr. Césaire Galvan](#), Fundação Joaquim Nabuco, Brasil
4. [Prof. Dr. Alain Herscovici](#), Universidade Federal do Espírito Santo (UFES - Brasil), Brasil
5. [Prof^a. Dr^a Delia Covi Druetta](#), Universidade Nacional Autónoma do México (UNAM), México
6. [Prof. Dr. Dênis Moraes](#), Universidade Federal Fluminense (UFF), Brasil
7. [Prof. Dr. Diego Portales](#), Universidade del Chile, Brasil
8. [Prof. Dr. Dominique Leroy](#), Université Picardie (Un. Picardie – França), França
9. [Prof. Dr. Edgard Rebouças](#), Universidade Federal de Pernambuco (UFPE - Brasil), Brasil
10. [Prof. Dr. Enrique Bustamante](#), Universidad Complutense de Madrid - UCM - Espanha, Espanha
11. [Prof. Dr. Enrique Sánchez](#), Universidad de Guanajuato (UG – México), México
12. [Prof. Dr. Francisco Rui Cádima](#), Universidade Nova de Lisboa, Portugal
13. [Prof. Dr. Giovandro Marcus Ferreira](#), Universidade Federal do Espírito Santo (UFES - Brasil), Brasil
14. [Prof. Dr. Gaëtan Tremblay](#), Université du Québec (Québec - Canada), Canadá
15. [Prof. Dr. Graham Murdock](#), Loughborough University (Loughbrough Univ. - UK), Reino Unido
16. [Prof. Dr. Guillermo Mastrini](#), Universidad de Buenos Aires (UBA – Argentina), Argentina
17. [Prof. Dr. Helenice Carvalho](#), Universidade do Vale do Rio dos Sinos - (UNISINOS – Brasil), Brasil
18. [Prof. Dr. Isabel Urioste](#), Universite de Technologie de Compiègne (Un. Compiègne – França), França
19. [Prof. Dr Jacqueline Lima Dourado](#), Universidade Federal do Piauí
20. [Prof. Dr. Joseph Straubhaar](#), University of Texas - EUA, Estados Unidos da América do Norte
21. [Prof. Dr. Juan Carlos de Miguel](#), Universidad del País Vasco - EUH - Espanha, Espanha
22. [Prof. Dr. Luis Albornoz](#), Universidad Carlos III de Madrid, Espanha, Espanha
23. [Prof. Dr. Luiz Guilherme Duarte](#), University of Phoenix (UPX) - Estados Unidos, Estados Unidos da América do Norte
24. [Prof. Dr. Marcelo Kischinhevsky](#), Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ - Brasil), Brasil
25. [Prof^a. Dr^a. Márcia Regina Tosta Dias](#), Prof^a Dr^a Márcia Regina Tosta Dias Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP), Brasil
26. [Prof. Dr. Marcial Murciano Martinez](#), Universidad Autónoma de Barcelona - Espanha, Espanha
27. [Prof. Dr. Marcio Wohlers de Almeida](#), Universidade de Campinas - Unicamp/SP, Brasil
28. [Prof. Dr Marcos Dantas](#), Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Brasil
29. [Prof. Dr. Nicholas Garham](#), University of Westminster - UK, Reino Unido
30. [Prof. Dr. Othon Jambeiro](#), Universidade Federaç da Bahia (UFBA - Brasil), Brasil
31. [Prof. Dr. Pedro Jorge Braumann](#), Instituto Politécnico de Lisboa – Portugal, Brasil
32. [Prof. Dr. Peter Golding](#), Northumbria University - UK, Reino Unido
33. [Prof. Dr. Philip Schlesinger](#), University of Glasgow - School of Culture and Creative Arts, Reino Unido
34. [Prof. Dr. Pierre Fayard](#), Université de Poitiers - Accueil - França, França
35. [Prof. Dr. Ramón Zallo](#), Universidad Pais Vasco – Espanha, Espanha
36. [Prof. Dr. Sergio Augusto Soares Mattos](#), Universidade Federal da Bahia (UFBA), Brasil
37. [Prof. Dr. Sergio Capparelli](#), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS - Brasil), Brasil
38. [Prof^a. Dra. Verlane Araújo Santos](#), Universidade Federal de Sergipe, Brasil
39. [Prof. Dr. William Dias Braga](#), Universidade Federal do rio de Janeiro (UFRJ - Brasil)

Suporte Técnico

1. [Sra Joanne Santos Mota](#), Universidade Federal de Sergipe

La política del Estado mexicano para regular los contenidos de la televisión abierta

A política do Estado mexicano para regular os conteúdos televisão aberta

The mexican State policy to regulate the contents of the open television

Javier Esteinou Madrid

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

Contato: jesteinou@gmail.com.mx

Resumo

Em 4 de novembro de 2015 o Ministério do Interior do México publicou as novas regras a serem observadas por todos os comerciantes que fornecem serviços de televisão na República. A transmissão de informação audiovisual sob as novas normas do governo terá graves consequências na educação psico-emocional das novas gerações. Por conseguinte, é necessário analisar a partir da perspectiva da economia política da comunicação que irá causar vários efeitos sobre as crianças e adolescentes no país e possíveis alternativas para compensá-los.

Palavras chaves: Economia Política, Estado, Comunicação Política, Audiovisual, Televisão

Resumen

El 4 de noviembre de 2015 la Secretaría de Gobernación publicó en México las nuevas reglas que deben observar todos los concesionarios que presten servicios de televisión abierta en la República. La transmisión de la información audiovisual bajo los nuevos criterios gubernamentales causará graves consecuencias en la formación psico-emocional de las nuevas generaciones. Por ello, es necesario analizar desde la perspectiva de la economía política de la comunicación las diversas repercusiones que ocasionarán sobre niños y adolescentes del país y las posibles alternativas de compensación de las mismas.

Palabras claves: Economía política, Estado, Políticas de comunicación, Audiovisual, Televisión

Abstract

On November 4, 2015, the Ministry of the Interior published in Mexico the new rules that must be observed by all concessionaires providing open television services in the Republic. The transmission of audiovisual information under the new governmental criteria will have serious consequences on the psycho-emotional formation of the new generations. Therefore, it is necessary to analyze from the perspective of the political economy of communication the various repercussions that will cause on children and adolescents of the country and the possible alternatives of compensation of the same.

Keywords: Political economy, State, Communication policies, Audiovisual, Television

1 Algunas ideas de este ensayo fueron difundidas anteriormente en breves versiones periodísticas. Ahora se presenta una nueva versión académica más amplia y documentada para profundizar sobre las temáticas específicas que forman parte de la reflexión central de este trabajo

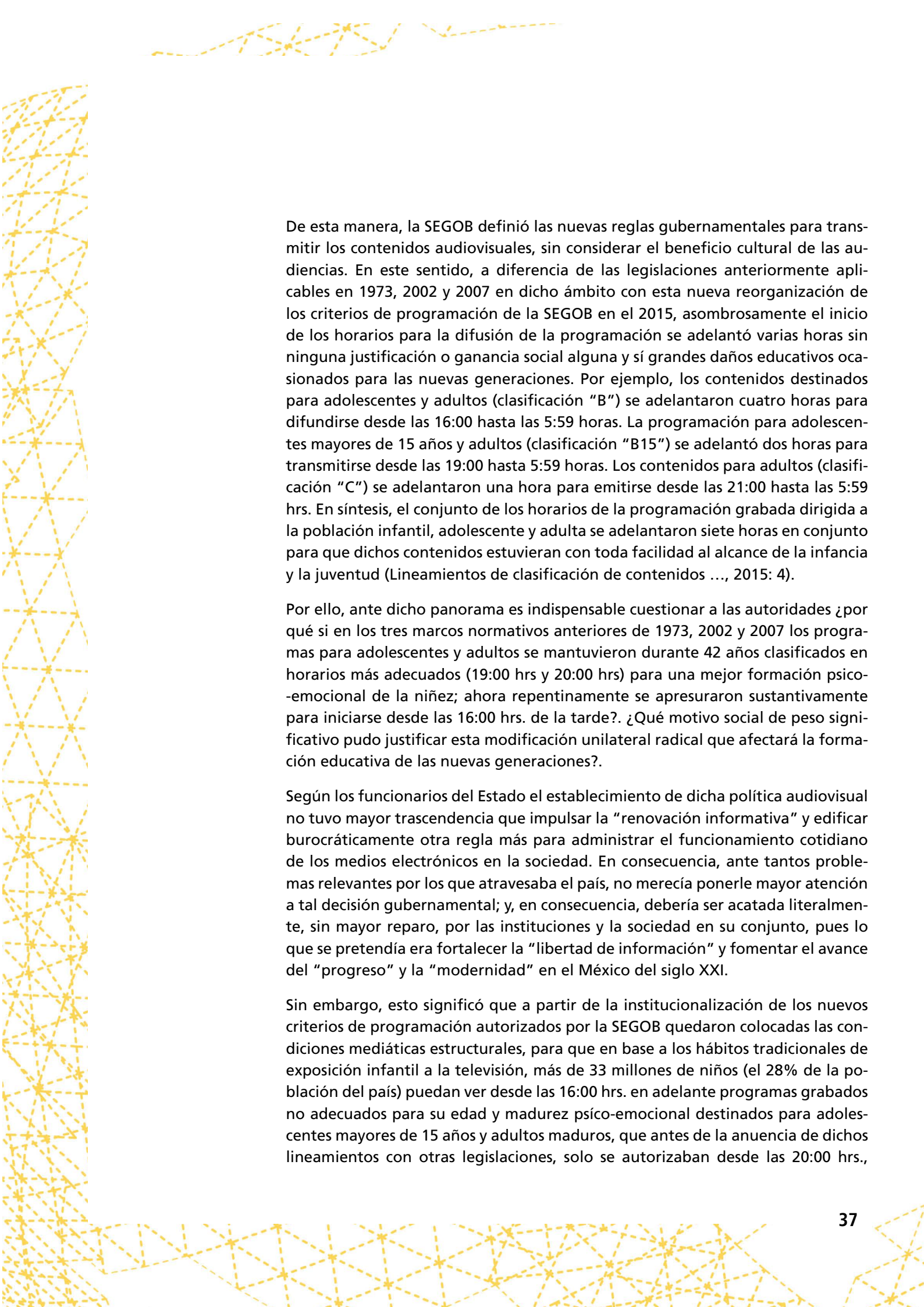
Los nuevos criterios neoliberales de clasificación de contenidos televisivos en México^{1*}

Con el fin de iniciar una nueva administración de gobierno durante el período 2012-2018 el Presidente Enrique Peña Nieto se vio obligado a crear nuevas condiciones de gobernabilidad que le permitieran dirigir al país de manera distinta y con ello superar la crisis estructural heredada por los dos gobiernos panistas anteriores de Vicente Fox Quezada y de Felipe Calderón Hinojosa. Dichas transformaciones deberían de convertirse en nuevos cimientos estructurales que permitieran reimpulsar el crecimiento global la nación a largo plazo y no sólo figurar como modificaciones coyunturales superficiales que no trascendieran los próximos gobiernos sexenales, pues de lo contrario no se constataría el regreso histórico de un nuevo Partido Revolucionario Institucional (PRI) para dirigir a la sociedad mexicana.

En el contexto de grandes transformaciones globales que experimentó el país con el regreso del Partido Revolucionario Institucional, figuró la "*Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión*" que fue aprobada en el año 2013 por el Congreso de la Unión y los diversos Congresos de los estados del país, para instrumentar las modificaciones constitucionales en el ámbito de la comunicación social. Para complementar dicho proceso legislativo en el 2014 se aprobaron las leyes secundarias de la *Reforma* y la ley entró en vigor para regular el modelo de comunicación y de telecomunicaciones en el país en las próximas décadas (Decreto por el que se expide ... 2014).

Dentro de los diversos cambios que introdujo la *Reforma de las Telecomunicaciones* en México en materia de comunicación audiovisual, ésta le otorgó a la Secretaría de Gobernación la autoridad unilateral para crear la política de regulación los lineamientos del sistema de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y de televisión y audios restringidos en México.

En esta forma, después de un retraso de más de ocho meses según los plazos que le marcó la nueva *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*, siguiendo las atribuciones que le concedió dicho marco legal para emitir las pautas del sistema de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas; sorpresivamente la Secretaría de Gobernación (SEGOB) anunció las nuevas directrices a través de la política pública denominada "*Lineamientos de Clasificación de Contenidos Audiovisuales de las Transmisiones Radiodifundidas y del Servicio de Televisión y Audio Restringidos*" (Lineamientos de clasificación de contenidos ..., 2015: 1). Así, el 4 de noviembre de 2015 la SEGOB publicó en el Diario Oficial de la Federación las nuevas reglas en materia de contenidos y criterios de clasificación que deben observar todos los concesionarios que presten servicios de radiodifusión en México.

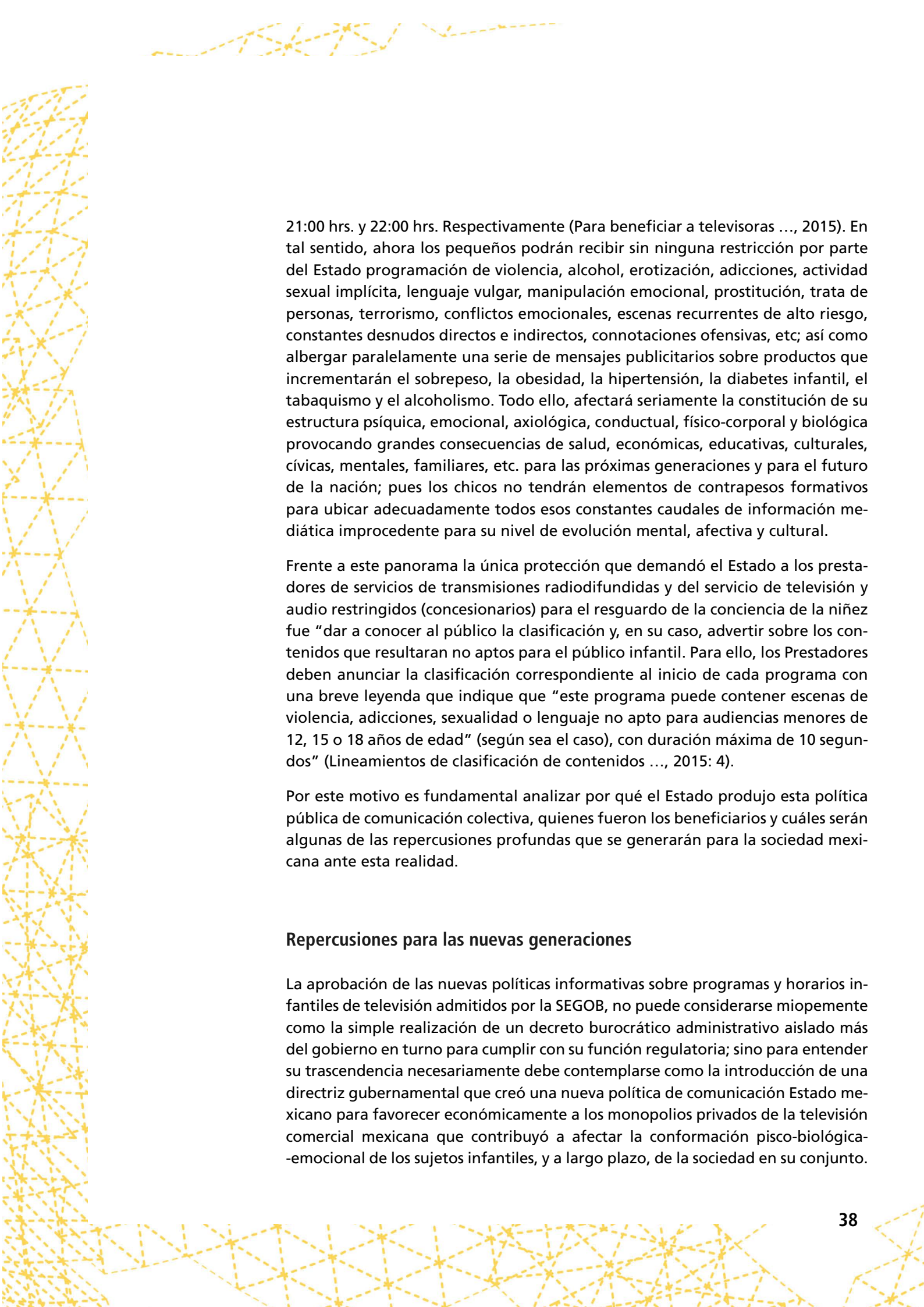


De esta manera, la SEGOB definió las nuevas reglas gubernamentales para transmitir los contenidos audiovisuales, sin considerar el beneficio cultural de las audiencias. En este sentido, a diferencia de las legislaciones anteriormente aplicables en 1973, 2002 y 2007 en dicho ámbito con esta nueva reorganización de los criterios de programación de la SEGOB en el 2015, asombrosamente el inicio de los horarios para la difusión de la programación se adelantó varias horas sin ninguna justificación o ganancia social alguna y sí grandes daños educativos ocasionados para las nuevas generaciones. Por ejemplo, los contenidos destinados para adolescentes y adultos (clasificación "B") se adelantaron cuatro horas para difundirse desde las 16:00 hasta las 5:59 horas. La programación para adolescentes mayores de 15 años y adultos (clasificación "B15") se adelantó dos horas para transmitirse desde las 19:00 hasta 5:59 horas. Los contenidos para adultos (clasificación "C") se adelantaron una hora para emitirse desde las 21:00 hasta las 5:59 hrs. En síntesis, el conjunto de los horarios de la programación grabada dirigida a la población infantil, adolescente y adulta se adelantaron siete horas en conjunto para que dichos contenidos estuvieran con toda facilidad al alcance de la infancia y la juventud (Lineamientos de clasificación de contenidos ..., 2015: 4).

Por ello, ante dicho panorama es indispensable cuestionar a las autoridades ¿por qué si en los tres marcos normativos anteriores de 1973, 2002 y 2007 los programas para adolescentes y adultos se mantuvieron durante 42 años clasificados en horarios más adecuados (19:00 hrs y 20:00 hrs) para una mejor formación psico-emocional de la niñez; ahora repentinamente se apresuraron sustantivamente para iniciarse desde las 16:00 hrs. de la tarde?. ¿Qué motivo social de peso significativo pudo justificar esta modificación unilateral radical que afectará la formación educativa de las nuevas generaciones?.

Según los funcionarios del Estado el establecimiento de dicha política audiovisual no tuvo mayor trascendencia que impulsar la "renovación informativa" y edificar burocráticamente otra regla más para administrar el funcionamiento cotidiano de los medios electrónicos en la sociedad. En consecuencia, ante tantos problemas relevantes por los que atravesaba el país, no merecía ponerle mayor atención a tal decisión gubernamental; y, en consecuencia, debería ser acatada literalmente, sin mayor reparo, por las instituciones y la sociedad en su conjunto, pues lo que se pretendía era fortalecer la "libertad de información" y fomentar el avance del "progreso" y la "modernidad" en el México del siglo XXI.

Sin embargo, esto significó que a partir de la institucionalización de los nuevos criterios de programación autorizados por la SEGOB quedaron colocadas las condiciones mediáticas estructurales, para que en base a los hábitos tradicionales de exposición infantil a la televisión, más de 33 millones de niños (el 28% de la población del país) puedan ver desde las 16:00 hrs. en adelante programas grabados no adecuados para su edad y madurez psico-emocional destinados para adolescentes mayores de 15 años y adultos maduros, que antes de la anuencia de dichos lineamientos con otras legislaciones, solo se autorizaban desde las 20:00 hrs.,



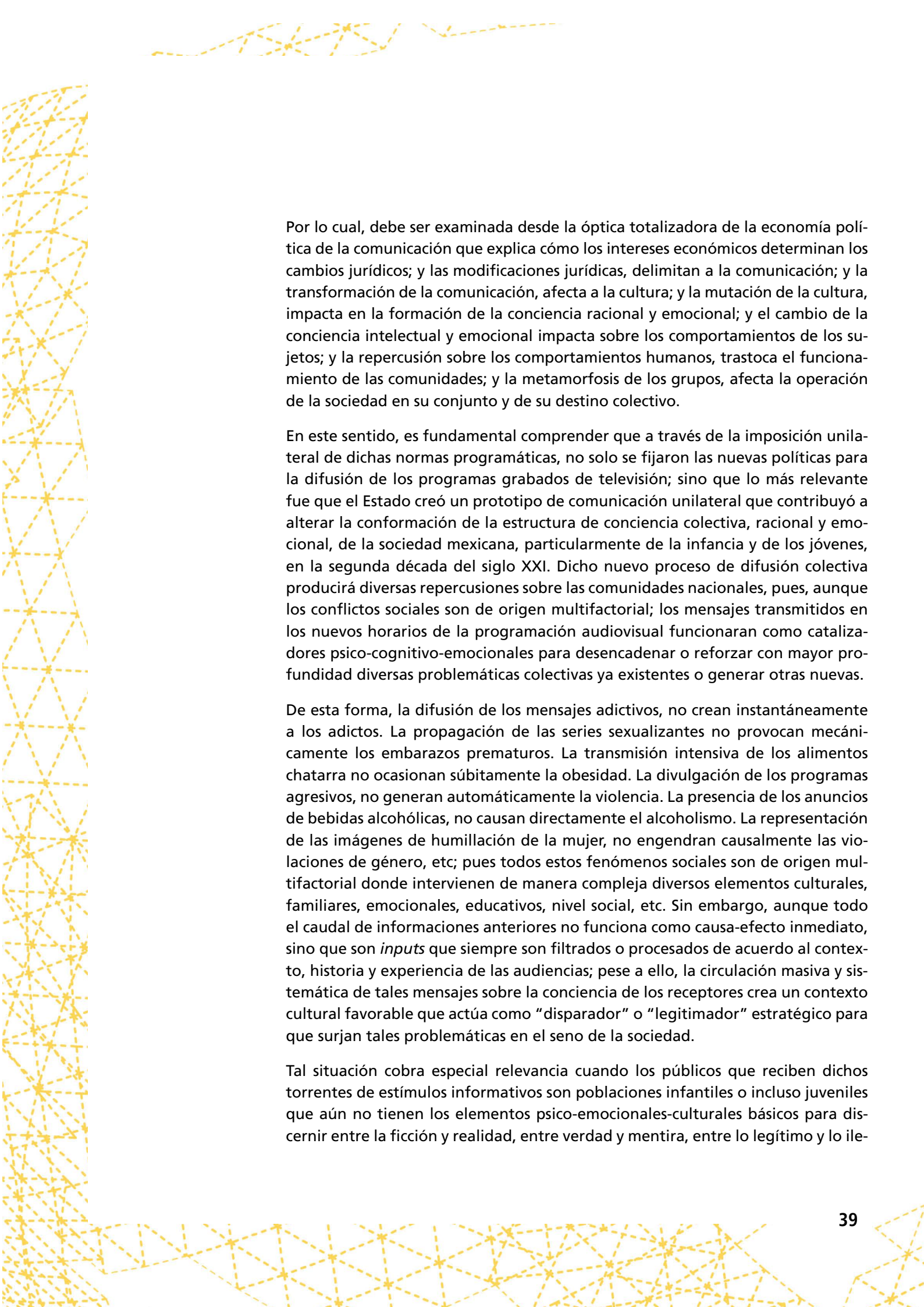
21:00 hrs. y 22:00 hrs. Respectivamente (Para beneficiar a televisoras ..., 2015). En tal sentido, ahora los pequeños podrán recibir sin ninguna restricción por parte del Estado programación de violencia, alcohol, erotización, adicciones, actividad sexual implícita, lenguaje vulgar, manipulación emocional, prostitución, trata de personas, terrorismo, conflictos emocionales, escenas recurrentes de alto riesgo, constantes desnudos directos e indirectos, connotaciones ofensivas, etc; así como albergar paralelamente una serie de mensajes publicitarios sobre productos que incrementarán el sobrepeso, la obesidad, la hipertensión, la diabetes infantil, el tabaquismo y el alcoholismo. Todo ello, afectará seriamente la constitución de su estructura psíquica, emocional, axiológica, conductual, físico-corporal y biológica provocando grandes consecuencias de salud, económicas, educativas, culturales, cívicas, mentales, familiares, etc. para las próximas generaciones y para el futuro de la nación; pues los chicos no tendrán elementos de contrapesos formativos para ubicar adecuadamente todos esos constantes caudales de información mediática impropia para su nivel de evolución mental, afectiva y cultural.

Frente a este panorama la única protección que demandó el Estado a los prestadores de servicios de transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos (concesionarios) para el resguardo de la conciencia de la niñez fue "dar a conocer al público la clasificación y, en su caso, advertir sobre los contenidos que resultaran no aptos para el público infantil. Para ello, los Prestadores deben anunciar la clasificación correspondiente al inicio de cada programa con una breve leyenda que indique que "este programa puede contener escenas de violencia, adicciones, sexualidad o lenguaje no apto para audiencias menores de 12, 15 o 18 años de edad" (según sea el caso), con duración máxima de 10 segundos" (Lineamientos de clasificación de contenidos ..., 2015: 4).

Por este motivo es fundamental analizar por qué el Estado produjo esta política pública de comunicación colectiva, quienes fueron los beneficiarios y cuáles serán algunas de las repercusiones profundas que se generarán para la sociedad mexicana ante esta realidad.

Repercusiones para las nuevas generaciones

La aprobación de las nuevas políticas informativas sobre programas y horarios infantiles de televisión admitidos por la SEGOB, no puede considerarse simplemente como la simple realización de un decreto burocrático administrativo aislado más del gobierno en turno para cumplir con su función regulatoria; sino para entender su trascendencia necesariamente debe contemplarse como la introducción de una directriz gubernamental que creó una nueva política de comunicación Estado mexicano para favorecer económicamente a los monopolios privados de la televisión comercial mexicana que contribuyó a afectar la conformación psico-biológico-emocional de los sujetos infantiles, y a largo plazo, de la sociedad en su conjunto.



Por lo cual, debe ser examinada desde la óptica totalizadora de la economía política de la comunicación que explica cómo los intereses económicos determinan los cambios jurídicos; y las modificaciones jurídicas, delimitan a la comunicación; y la transformación de la comunicación, afecta a la cultura; y la mutación de la cultura, impacta en la formación de la conciencia racional y emocional; y el cambio de la conciencia intelectual y emocional impacta sobre los comportamientos de los sujetos; y la repercusión sobre los comportamientos humanos, trastoca el funcionamiento de las comunidades; y la metamorfosis de los grupos, afecta la operación de la sociedad en su conjunto y de su destino colectivo.

En este sentido, es fundamental comprender que a través de la imposición unilateral de dichas normas programáticas, no solo se fijaron las nuevas políticas para la difusión de los programas grabados de televisión; sino que lo más relevante fue que el Estado creó un prototipo de comunicación unilateral que contribuyó a alterar la conformación de la estructura de conciencia colectiva, racional y emocional, de la sociedad mexicana, particularmente de la infancia y de los jóvenes, en la segunda década del siglo XXI. Dicho nuevo proceso de difusión colectiva producirá diversas repercusiones sobre las comunidades nacionales, pues, aunque los conflictos sociales son de origen multifactorial; los mensajes transmitidos en los nuevos horarios de la programación audiovisual funcionarían como catalizadores psico-cognitivo-emocionales para desencadenar o reforzar con mayor profundidad diversas problemáticas colectivas ya existentes o generar otras nuevas.

De esta forma, la difusión de los mensajes adictivos, no crean instantáneamente a los adictos. La propagación de las series sexualizantes no provocan mecánicamente los embarazos prematuros. La transmisión intensiva de los alimentos chatarra no ocasionan súbitamente la obesidad. La divulgación de los programas agresivos, no generan automáticamente la violencia. La presencia de los anuncios de bebidas alcohólicas, no causan directamente el alcoholismo. La representación de las imágenes de humillación de la mujer, no engendran causalmente las violaciones de género, etc; pues todos estos fenómenos sociales son de origen multifactorial donde intervienen de manera compleja diversos elementos culturales, familiares, emocionales, educativos, nivel social, etc. Sin embargo, aunque todo el caudal de informaciones anteriores no funciona como causa-efecto inmediato, sino que son *inputs* que siempre son filtrados o procesados de acuerdo al contexto, historia y experiencia de las audiencias; pese a ello, la circulación masiva y sistemática de tales mensajes sobre la conciencia de los receptores crea un contexto cultural favorable que actúa como “disparador” o “legitimador” estratégico para que surjan tales problemáticas en el seno de la sociedad.

Tal situación cobra especial relevancia cuando los públicos que reciben dichos torrentes de estímulos informativos son poblaciones infantiles o incluso juveniles que aún no tienen los elementos psico-emocionales-culturales básicos para discernir entre la ficción y realidad, entre verdad y mentira, entre lo legítimo y lo ile-

gítimo, entre lo sano y lo patológico, entre lo ético y lo amoral, etc. que plantea cada conflicto mostrado en los medios (TREJO, 2016).

Por ello, es central esclarecer que esta nueva política de comunicación masiva no fue una simple decisión logístico-administrativa más del gobierno en turno para modernizar el sistema de comunicación de la República; sino que fue una acción estatal destinada a beneficiar a los oligopolios audiovisuales comerciales, que generará, entre otras, las siguientes graves consecuencias para las comunidades nacionales en el terreno cultural, de la salud física, de la salud mental, de los derechos humanos, de la democracia y de la política:

Directrices de comunicación colectiva contra la niñez

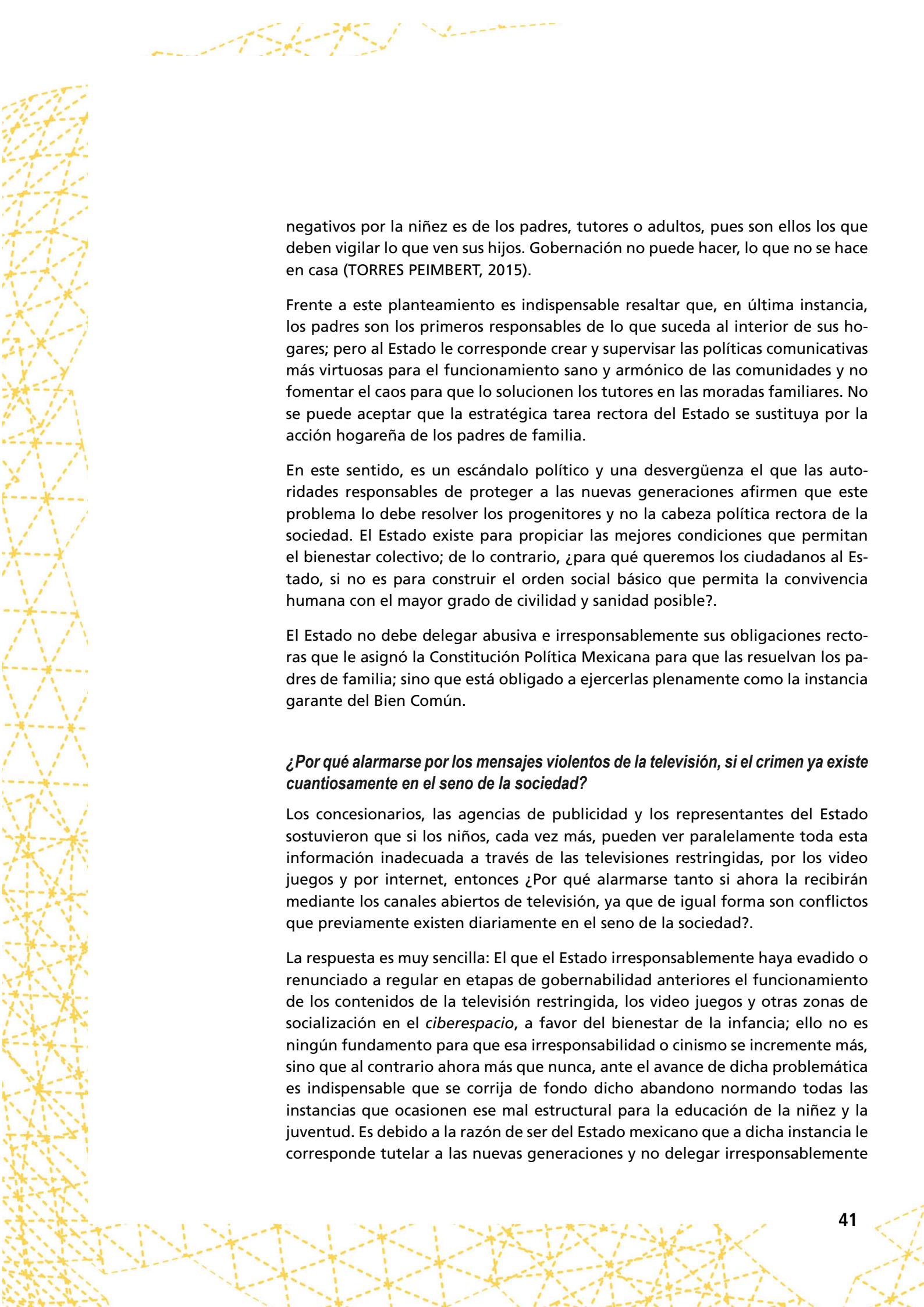
Los nuevos criterios no sólo evadieron corregir el tipo de programación inadecuada existía en la televisión mexicana, sino que crearon una política pública de difusión que agravó la situación de indefensión de la niñez. Esto debido a que colocó en horas más tempranas al alcance de los niños y las familias contenidos más duros de violencia, adicciones, valores antisociales, escenas fuertemente sexuales, capítulos del narcotráfico, prostitución, sustancias nocivas, trata de personas, discriminación de sujetos, humillación de género, estereotipación de la vida, ridiculización de individuos, lenguaje soez, alimentos nocivos, hábitos alimenticios insanos, etc. presentados atractivamente como diversión, entretenimiento y como tendencias aspiracionales para imitarse conductualmente como parte de la "modernidad" y del "éxito social" (La Audiencia no se beneficia ..., 2015: 2).

De esta forma, el Estado renunció flagrantemente a su responsabilidad rectora para construir mejores políticas de información para atender culturalmente a la infancia y la delegó a la intervención de los padres en sus casas mediante un mecanismo de autorregulación hogareña de los adultos.

Todo ello, lo único que reflejó en el fondo fue la renuncia del Estado mexicano para ejercer su misión rectora ante los intereses de los fuertes gremios del poder nacional, particularmente de los conglomerados mediáticos audiovisuales, que como *poderes fácticos* presionaron al gobierno para obtener nuevos privilegios en el *espacio público mediático*.

El remplazo del Estado por la mediación ocasional de los padres de familia

Ante las críticas de diversos sectores de la sociedad civil hacia ésta política de Estado los funcionarios del gobierno argumentaron que al Estado no le corresponde supervisar la educación de la niñez, lo único que le atañe es fijar los horarios de transmisión, los criterios de clasificación de la información, vigilar que se cumplan y aplicar las penas correspondientes en caso de que se violen las normas. La responsabilidad fundamental de la asimilación de tales torrentes informativos



negativos por la niñez es de los padres, tutores o adultos, pues son ellos los que deben vigilar lo que ven sus hijos. Gobernación no puede hacer, lo que no se hace en casa (TORRES PEIMBERT, 2015).

Frente a este planteamiento es indispensable resaltar que, en última instancia, los padres son los primeros responsables de lo que suceda al interior de sus hogares; pero al Estado le corresponde crear y supervisar las políticas comunicativas más virtuosas para el funcionamiento sano y armónico de las comunidades y no fomentar el caos para que lo solucionen los tutores en las moradas familiares. No se puede aceptar que la estratégica tarea rectora del Estado se sustituya por la acción hogareña de los padres de familia.

En este sentido, es un escándalo político y una desvergüenza el que las autoridades responsables de proteger a las nuevas generaciones afirmen que este problema lo debe resolver los progenitores y no la cabeza política rectora de la sociedad. El Estado existe para propiciar las mejores condiciones que permitan el bienestar colectivo; de lo contrario, ¿para qué queremos los ciudadanos al Estado, si no es para construir el orden social básico que permita la convivencia humana con el mayor grado de civilidad y sanidad posible?.

El Estado no debe delegar abusiva e irresponsablemente sus obligaciones rectoras que le asignó la Constitución Política Mexicana para que las resuelvan los padres de familia; sino que está obligado a ejercerlas plenamente como la instancia garante del Bien Común.

¿Por qué alarmarse por los mensajes violentos de la televisión, si el crimen ya existe cuantiosamente en el seno de la sociedad?

Los concesionarios, las agencias de publicidad y los representantes del Estado sostuvieron que si los niños, cada vez más, pueden ver paralelamente toda esta información inadecuada a través de las televisiones restringidas, por los video juegos y por internet, entonces ¿Por qué alarmarse tanto si ahora la recibirán mediante los canales abiertos de televisión, ya que de igual forma son conflictos que previamente existen diariamente en el seno de la sociedad?.

La respuesta es muy sencilla: El que el Estado irresponsablemente haya evadido o renunciado a regular en etapas de gobernabilidad anteriores el funcionamiento de los contenidos de la televisión restringida, los video juegos y otras zonas de socialización en el *ciberespacio*, a favor del bienestar de la infancia; ello no es ningún fundamento para que esa irresponsabilidad o cinismo se incremente más, sino que al contrario ahora más que nunca, ante el avance de dicha problemática es indispensable que se corrija de fondo dicho abandono normando todas las instancias que ocasionen ese mal estructural para la educación de la niñez y la juventud. Es debido a la razón de ser del Estado mexicano que a dicha instancia le corresponde tutelar a las nuevas generaciones y no delegar irresponsablemente

esta tarea sólo a los adultos, o entregarla ventajosamente a la dinámica comunicativa de las leyes del mercado voraz sin límites.

De lo contrario, sería igual a sostener por parte de las autoridades que como ya existe basura en las calles del país el Estado ya no debe recogerla, sino permitir que se tiren más desechos en las avenidas hasta que se tapen las alcantarillas públicas y se colapse el funcionamiento operativo de la sociedad (TORRES PEIMBERT, 2015). O que como muchos ciudadanos no respetan la luz roja en los altos viales de las ciudades; el Estado debe quitar o relajar los semáforos y dejar que cada conductor decida como atravesar las calles de las metrópolis. O como ya existe mucha violencia descontrolada o deterioro social acentuado en el seno de las comunidades; no importa mucho que los medios incrementen más la difusión de agresión en la atmósfera cotidiana del país, etc.

Por ello, en el fondo de tal pasmosa argumentación ilógica para justificar de la posición del gobierno demostró la derrota del Estado mexicano para regular las garantías culturales mínimas para la adecuada formación psico-emocional-cultural de las nuevas generaciones y la entrega de su rectoría a las reglas del libre mercado insaciable de las industrias electrónicas monopolísticas de difusión masiva en la nación. Fue la apuesta del Estado por permitir el dominio unilateral de la dinámica del *laisse faire* en el terreno comunicativo, por encima de cualquier política de planificación a favor de salvaguardar el *interés público* de la sociedad.

Con tales modificaciones el gobierno favoreció desmedidamente los intereses mercantiles de las televisoras dominantes para facilitar la obtención de sus ganancias económicas y desamparó cultural, psíquica, emocional y biológicamente al sector social más endeble de la población nacional que requiere mayores cuidados por parte del Estado: la niñez.

El reinado de la “cultura chatarra”

La introducción de estas políticas informativas no sólo colaboran a ocasionar un muy importante problema de orientación educativa de las infancias, sino avivará el surgimiento, a largo plazo, de una gran crisis civilizatoria en la nación, pues a través de la liberalización de este tipo de información se estarán inculcando culturalmente desde las etapas neurológicas más tempranas de conformación del cerebro humano valores, sentimientos, deseos y cosmovisiones no aptos o dañinos para la formación de la conciencia de la niñez que impactarán su futura vida adulta y al conjunto de la sociedad.

Es muy importante tener en cuenta el grado en el que en el pasado la publicidad de los medios de difusión electrónicos comerciales fomentó el consumo de un nuevo modelo de canasta básica sustentada en “alimentos chatarra”, compuesta por refrescos, botanas, dulces, pastelillos, frituras, etc. propiciando la asimilación de grasas, calorías, carbohidratos, almidones, etc. en proporciones nocivas para

2 * El "desorden del atracón" es el trastorno de la conducta alimentaria más común que padecen personas con obesidad e individuos con peso normal. Se caracteriza por comer compulsivamente una gran cantidad de alimento, perdiendo el control de lo que ingieren. Otra característica es su obsesión por comenzar dietas que fácilmente interrumpen, en muy poco tiempo, sin alcanzar sus objetivos propuestos

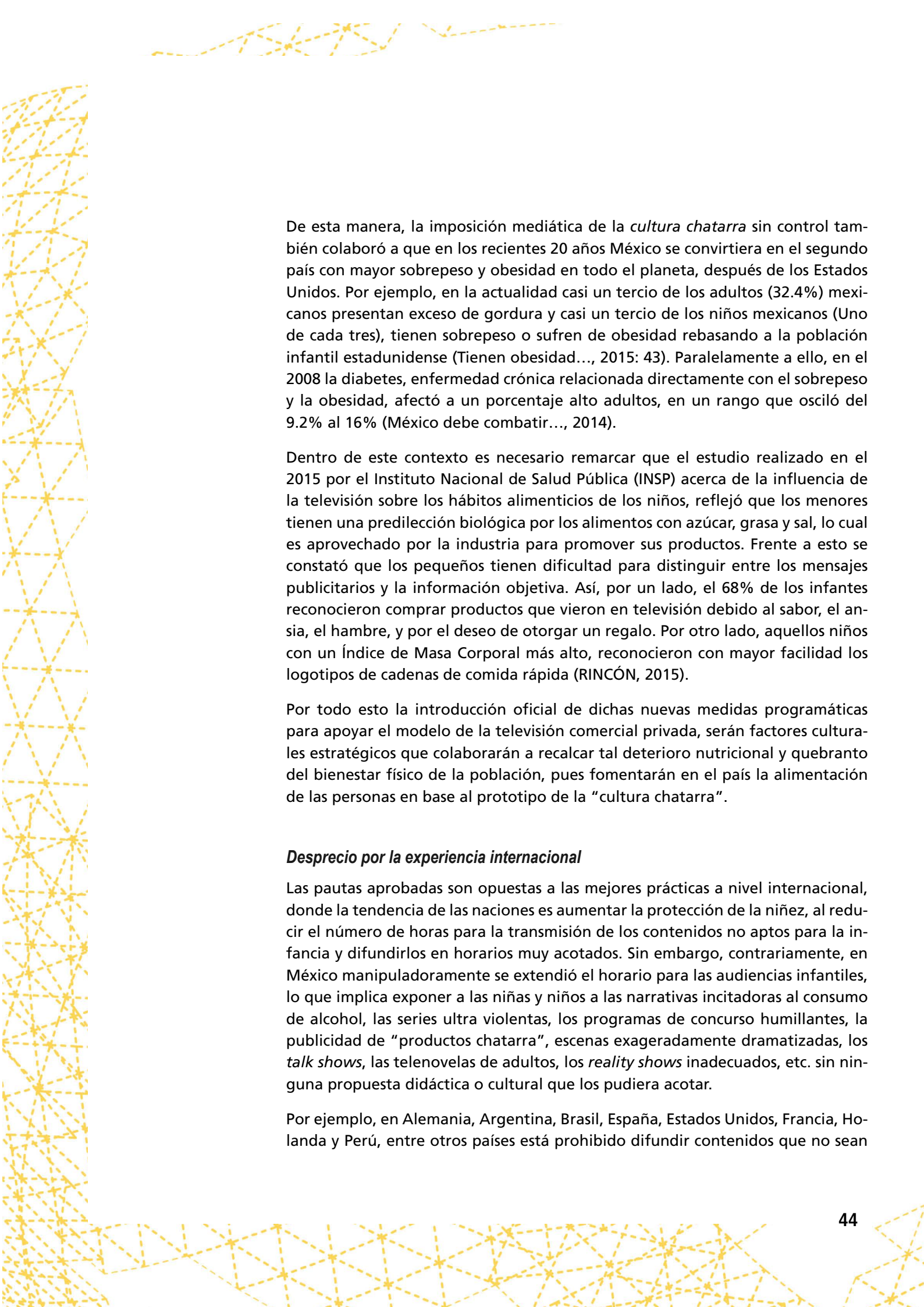
la salud. Esta situación alteró las sanas prácticas convencionales de alimentación de las familias impulsadas durante muchas décadas por la Secretaría de Salud, la Secretaría de Educación Pública, el Instituto Nacional del Consumidor (PROFECO), la Comisión Federal Para la Protección Contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), los núcleos familiares, y otros órganos culturales, causando graves consecuencias para la dieta alimenticia del mexicano.

En este sentido, los cambios axiológicos en el terreno de la educación nutricional que colaboraron a disparar la televisión comercial al promover el cambio de hábitos alimenticios y el consumo intensivo de *alimentos chatarra*; serán detonantes claves que contribuirán a propiciar la emergencia o el acentuamiento en grandes proporciones de la diabetes, el sobrepeso, la obesidad, y el "desorden del atracón"², etc. que generaron serias epidemias de salud colectiva en la República (Medios de comunicación y el desorden ..., 2014).

Por ello, con el fin de proteger los hábitos alimenticios de la población desde el 2014 la Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), definió los porcentajes máximos de energía, sodio, grasas saturadas y azúcares totales que deberán contener alimentos y bebidas; y limitó la publicidad de refrescos, botanas y confitería restringidos en horarios infantiles (Rubí y Tejeda, 2014).

Sin embargo, aunque todos los problemas de salud anteriores son fenómenos que tienen un origen multifactorial, la "*cultura parasitaria*" que generó la publicidad masiva durante las últimas décadas de la "modernización nacional", fue un factor central que coadyuvó prioritariamente a disparar su existencia amplificada. Así, el impulso de la programación de las industrias electrónicas, especialmente de la publicidad televisiva, hacia el consumo de mayor ingesta calórica, la promoción acentuada de la comida rápida, de alimentos preparados, de comestibles industrializados, de productos que facilitan las tareas cotidianas, el incremento compulsivo del consumo, etc., fueron variables fundamentales que colaboraron en conjunto a expandir los padecimientos de la diabetes y la obesidad a niveles alarmantes en el país (El problema de la obesidad en México, 2012: 15-17).

Por ejemplo, en el ámbito alimenticio, la influencia de dicha *cultura depredadora* sobre el terreno nutricional provocó que en los últimos diez años el consumo de verduras y frutas descendiera, mientras aumentó la ingesta de productos altamente calóricos. Simplemente, en este periodo histórico, México se transformó en la nación con mayor asimilación de refrescos en todo el mundo, rebasando a los Estados Unidos con un consumo mayor a los 163 litros por persona al año. Así, tal aprovechamiento nacional de refrescos por individuo superó en 40% a la realidad norteamericana; cifra que es muy preocupante, pues tales bebidas no aportan ningún tipo de nutrientes y su consumo está asociado con el aumento de peso y, por lo tanto, con la obesidad (México ya es el mayor consumidor..., 2013: 2).



De esta manera, la imposición mediática de la *cultura chatarra* sin control también colaboró a que en los recientes 20 años México se convirtiera en el segundo país con mayor sobrepeso y obesidad en todo el planeta, después de los Estados Unidos. Por ejemplo, en la actualidad casi un tercio de los adultos (32.4%) mexicanos presentan exceso de gordura y casi un tercio de los niños mexicanos (Uno de cada tres), tienen sobrepeso o sufren de obesidad rebasando a la población infantil estadounidense (Tienen obesidad..., 2015: 43). Paralelamente a ello, en el 2008 la diabetes, enfermedad crónica relacionada directamente con el sobrepeso y la obesidad, afectó a un porcentaje alto adultos, en un rango que osciló del 9.2% al 16% (México debe combatir..., 2014).

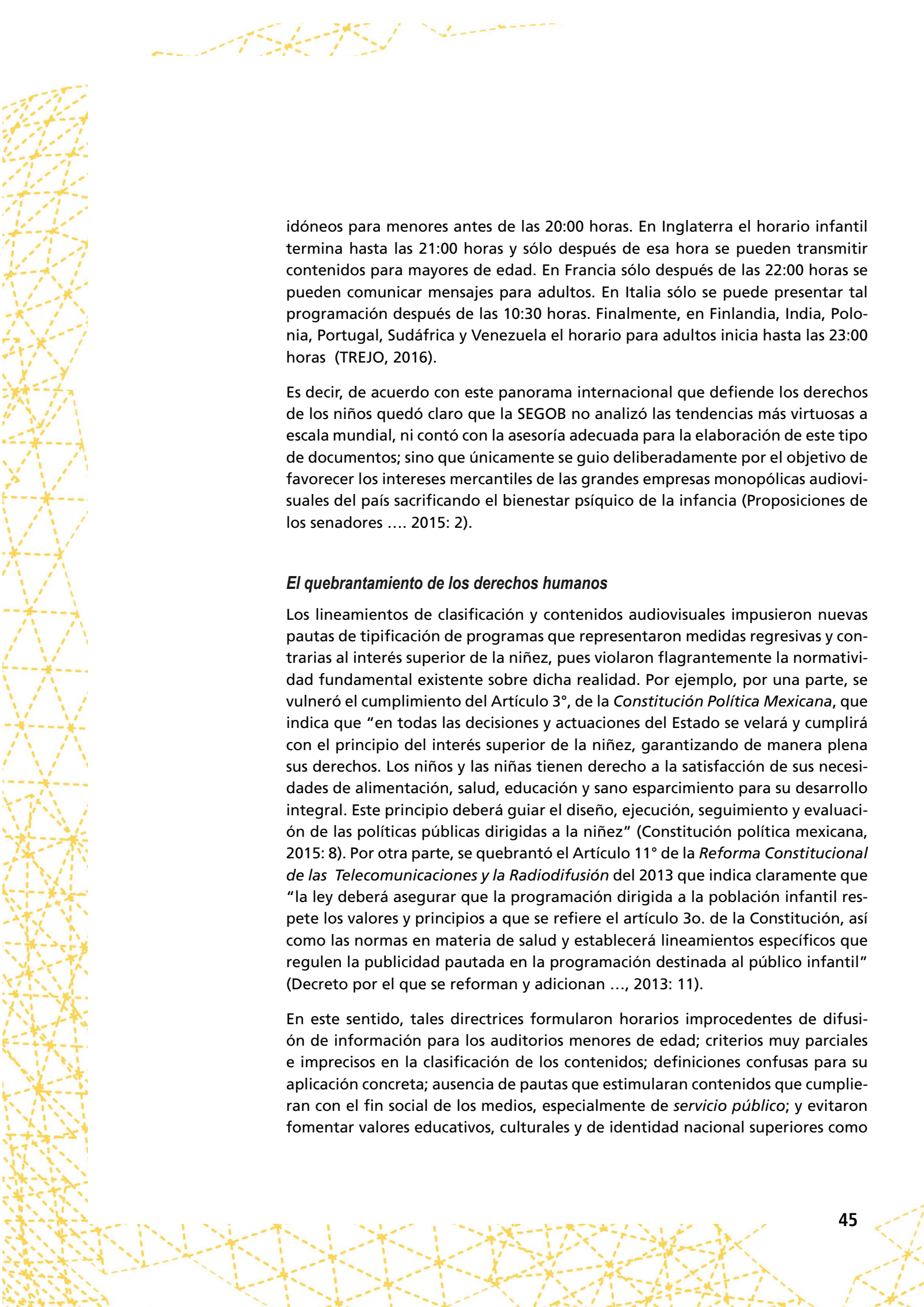
Dentro de este contexto es necesario remarcar que el estudio realizado en el 2015 por el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP) acerca de la influencia de la televisión sobre los hábitos alimenticios de los niños, reflejó que los menores tienen una predilección biológica por los alimentos con azúcar, grasa y sal, lo cual es aprovechado por la industria para promover sus productos. Frente a esto se constató que los pequeños tienen dificultad para distinguir entre los mensajes publicitarios y la información objetiva. Así, por un lado, el 68% de los infantes reconocieron comprar productos que vieron en televisión debido al sabor, el ansia, el hambre, y por el deseo de otorgar un regalo. Por otro lado, aquellos niños con un Índice de Masa Corporal más alto, reconocieron con mayor facilidad los logotipos de cadenas de comida rápida (RINCÓN, 2015).

Por todo esto la introducción oficial de dichas nuevas medidas programáticas para apoyar el modelo de la televisión comercial privada, serán factores culturales estratégicos que colaborarán a recalcar tal deterioro nutricional y quebranto del bienestar físico de la población, pues fomentarán en el país la alimentación de las personas en base al prototipo de la "cultura chatarra".

Desprecio por la experiencia internacional

Las pautas aprobadas son opuestas a las mejores prácticas a nivel internacional, donde la tendencia de las naciones es aumentar la protección de la niñez, al reducir el número de horas para la transmisión de los contenidos no aptos para la infancia y difundirlos en horarios muy acotados. Sin embargo, contrariamente, en México manipuladoramente se extendió el horario para las audiencias infantiles, lo que implica exponer a las niñas y niños a las narrativas incitadoras al consumo de alcohol, las series ultra violentas, los programas de concurso humillantes, la publicidad de "productos chatarra", escenas exageradamente dramatizadas, los *talk shows*, las telenovelas de adultos, los *reality shows* inadecuados, etc. sin ninguna propuesta didáctica o cultural que los pudiera acotar.

Por ejemplo, en Alemania, Argentina, Brasil, España, Estados Unidos, Francia, Holanda y Perú, entre otros países está prohibido difundir contenidos que no sean



idóneos para menores antes de las 20:00 horas. En Inglaterra el horario infantil termina hasta las 21:00 horas y sólo después de esa hora se pueden transmitir contenidos para mayores de edad. En Francia sólo después de las 22:00 horas se pueden comunicar mensajes para adultos. En Italia sólo se puede presentar tal programación después de las 10:30 horas. Finalmente, en Finlandia, India, Polonia, Portugal, Sudáfrica y Venezuela el horario para adultos inicia hasta las 23:00 horas (TREJO, 2016).

Es decir, de acuerdo con este panorama internacional que defiende los derechos de los niños quedó claro que la SEGOB no analizó las tendencias más virtuosas a escala mundial, ni contó con la asesoría adecuada para la elaboración de este tipo de documentos; sino que únicamente se guió deliberadamente por el objetivo de favorecer los intereses mercantiles de las grandes empresas monopólicas audiovisuales del país sacrificando el bienestar psíquico de la infancia (Proposiciones de los senadores 2015: 2).

El quebrantamiento de los derechos humanos

Los lineamientos de clasificación y contenidos audiovisuales impusieron nuevas pautas de tipificación de programas que representaron medidas regresivas y contrarias al interés superior de la niñez, pues violaron flagrantemente la normatividad fundamental existente sobre dicha realidad. Por ejemplo, por una parte, se vulneró el cumplimiento del Artículo 3º, de la *Constitución Política Mexicana*, que indica que “en todas las decisiones y actuaciones del Estado se velará y cumplirá con el principio del interés superior de la niñez, garantizando de manera plena sus derechos. Los niños y las niñas tienen derecho a la satisfacción de sus necesidades de alimentación, salud, educación y sano esparcimiento para su desarrollo integral. Este principio deberá guiar el diseño, ejecución, seguimiento y evaluación de las políticas públicas dirigidas a la niñez” (*Constitución política mexicana*, 2015: 8). Por otra parte, se quebrantó el Artículo 11º de la *Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión* del 2013 que indica claramente que “la ley deberá asegurar que la programación dirigida a la población infantil respete los valores y principios a que se refiere el artículo 3o. de la Constitución, así como las normas en materia de salud y establecerá lineamientos específicos que regulen la publicidad pautaada en la programación destinada al público infantil” (Decreto por el que se reforman y adicionan ..., 2013: 11).

En este sentido, tales directrices formularon horarios improcedentes de difusión de información para los auditorios menores de edad; criterios muy parciales e imprecisos en la clasificación de los contenidos; definiciones confusas para su aplicación concreta; ausencia de pautas que estimularan contenidos que cumplieran con el fin social de los medios, especialmente de *servicio público*; y evitaron fomentar valores educativos, culturales y de identidad nacional superiores como

lo señaló la *Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones* (La audiencia no se beneficia, 2015: 1-2).

De esta forma, mediante tales directrices el Estado permitió que se respaldaran los fines mercantiles de las televisoras comerciales, por encima del amparo del bien superior de la niñez y adolescencia que es su salud psico-emocional-cultural.

¿Dónde quedó el Estado?

Los conjuntos de estas políticas de comunicación constataron que dicha iniciativa jurídica fue un ejemplo histórico muy evidente del proceso de “modernización” hacia la cual avanza con mayor rapidez el país y que demostró como la *razón de Estado* fue substituida bárbaramente por la *razón de mercado desregulado* de los grandes monopolios de comunicación. Frente a ello, debemos preguntar ¿Dónde quedó el Estado mexicano soberano que tardó más 200 años en edificarse a través de los costosos procesos de la Independencia, la Reforma y la Revolución; si ahora claudicó de la tutela cultural de las infancias y de otros derechos comunicativos ciudadanos fundamentales como el Derecho de Réplica?.

La lógica de la acumulación del mercado por encima de la lógica de la comunicación de servicio público

El anterior horizonte global constata que la elaboración de tales políticas de difusión televisivas fue una pieza política más que demostró que el Estado renunció a que el *espacio público mediático*, que por mandato constitucional debía estar regido por los cánones de la política del *servicio público*, ahora fuera gobernado por las reglas del mercado desregulado de los oligopolios comunicativos, para convertirlo en el *espacio público de las mercancías y del poder* y no en el *espacio público* colectivo superior para la construcción de ciudadanía, la evolución de la conciencia social y el enriquecimiento de los seres humanos.

Fue la victoria de la dinámica voraz del capital sobre las necesidades de la *comunicación de servicio público* que demandó pacíficamente la sociedad mexicana desde hace muchas décadas.

El Estado doblegado por el poder mediático

El que dicha política pública haya sido aceptada abiertamente por dos de los poderes republicanos de la nación, como fueron el Poder Ejecutivo, a través de la Secretaría de Gobernación y por el Congreso de la Unión, a través de los partidos políticos, sin ninguna consideración de los planteamientos que sobre el caso manifestó la sociedad civil; es una manifestación clara que debido al poder que han alcanzado los medios electrónicos en México, estos ya no son instituciones de información, de socialización, de entretenimiento, de cultura, de comunicación,

de presión política, etc. sino que a principios del Tercer Milenio se han convertido en parte del corazón del Estado real que opera en nuestra República.

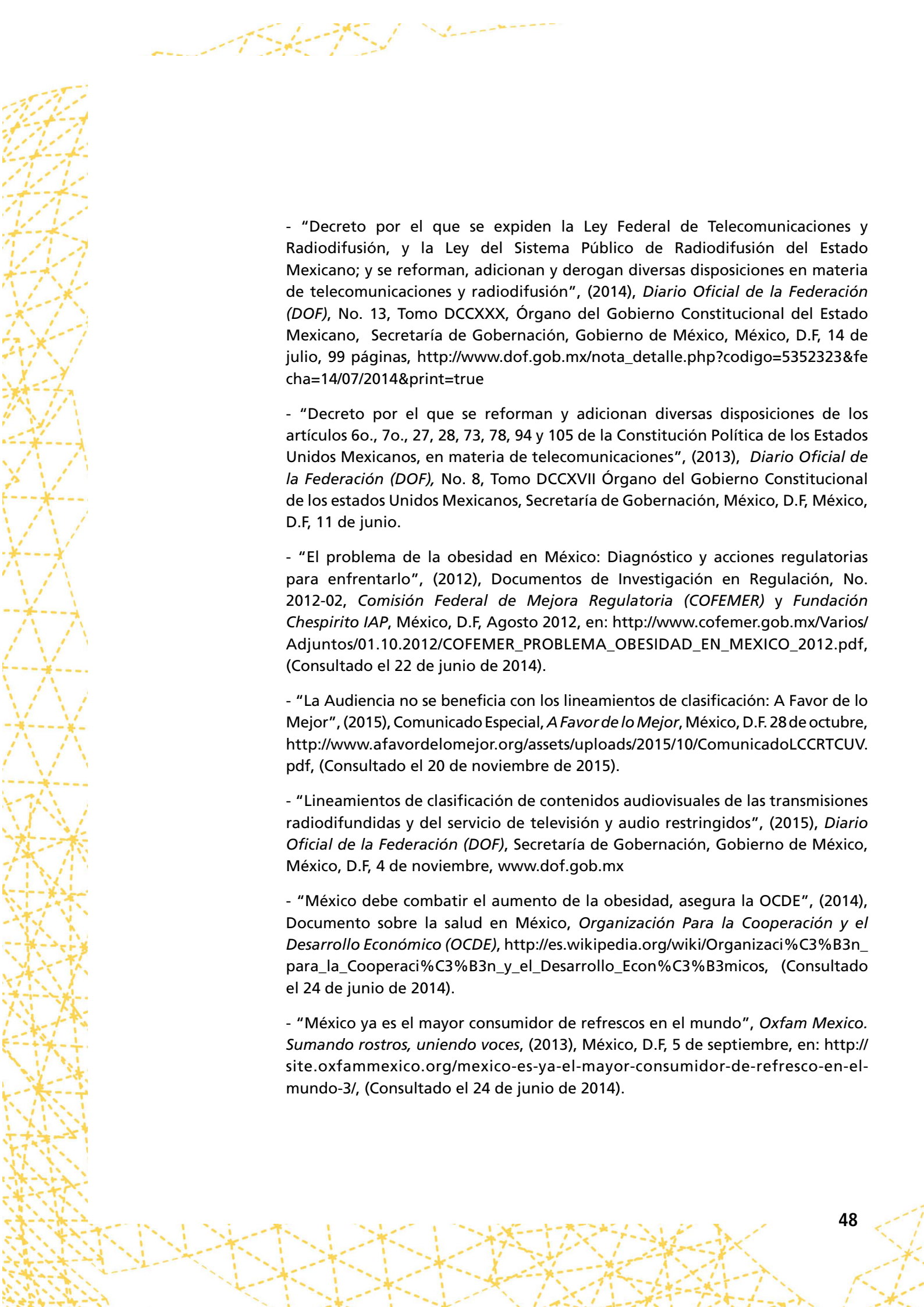
Este capítulo de la historia de la comunicación fue un trágico indicador más que reveló la existencia de la antigua alianza pactada entre el *poder político* y el *poder mediático* para seguir manteniendo la gobernabilidad de la República dentro del modelo del "capitalismo de compadres" mexicano, en el cual no entra nadie más para el "reparto" (saqueo) del país que los mismos miembros de la familia económico-política tradicional. Lo más grave de todo ello es que ahora se constató que dicha dinámica de dominación político-mediática, no sólo ha dañado en el pasado la formación de la conciencia de las generaciones adultas; sino que ahora está dispuesta hasta crucificar el destino de la formación de la infancia con tal de acumular más capital y poder. Frente a ello, es indispensable cuestionarnos ¿Hasta dónde nos llevara la aplicación de este modelo de comunicación depredador por parte del Estado y de los *poderes fácticos mediáticos* en México?.

En suma, es necesario subrayar con mayúsculas que dichas políticas de comunicación impuestas por la SEGOB sobre los horarios de difusión de los programas grabados y los criterios de clasificación de los mismos, no colaboraron a construir una mejor sociedad; sino todo lo contrario, contribuyeron a la estimular la decadencia, la desarticulación, el extravío y el deterioro cultural, nutricional, psíquico y emocional de la nación mexicana a principios del siglo XXI.

Referencias

Libros, revistas y documentos

- "Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos", (2016), *Diario Oficial de la Federación (DOF)*, Secretaría de Gobernación, Gobierno de México, (Última reforma publicada DOF 29-01-2016), Ciudad de México.
- "Analizan senadores del PRD lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de la Segob", (2015), *Grupo Parlamentario del PRD*, Cámara de Senadores, H. Congreso de la Unión, México, D.F, 2 de diciembre, XLIII Legislatura, <http://prd.senado.gob.mx/wp/?p=72178>, (Consultado el 3 de diciembre de 2015).
- "Consumo de refrescos en México", (2014), *Contrapeso. Plataforma estratégica contra el sobrepeso y la obesidad*, México, D.F, 17 de octubre, <http://contrapeso.org/2013/10/17/consumo-de-refrescos-en-mexico/>, (Consultado el 25 de junio de 2014).
- "Convención sobre los Derechos del Niño", (2016), *Fondo Para la Infancia de las Naciones Unidas (UNICEF)*, Comité Español, Organización de las Naciones Unidas (ONU), Madrid, España, junio, <http://www.un.org/es/events/childrenday/pdf/derechos.pdf>, (Consultado el 3 de septiembre de 2016).

- 
- "Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión", (2014), *Diario Oficial de la Federación (DOF)*, No. 13, Tomo DCCXXX, Órgano del Gobierno Constitucional del Estado Mexicano, Secretaría de Gobernación, Gobierno de México, México, D.F, 14 de julio, 99 páginas, http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014&print=true
 - "Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones", (2013), *Diario Oficial de la Federación (DOF)*, No. 8, Tomo DCCXVII Órgano del Gobierno Constitucional de los estados Unidos Mexicanos, Secretaría de Gobernación, México, D.F, México, D.F, 11 de junio.
 - "El problema de la obesidad en México: Diagnóstico y acciones regulatorias para enfrentarlo", (2012), Documentos de Investigación en Regulación, No. 2012-02, *Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER)* y *Fundación Chespirito IAP*, México, D.F, Agosto 2012, en: http://www.cofemer.gob.mx/Varios/Adjuntos/01.10.2012/COFEMER_PROBLEMA_OBESIDAD_EN_MEXICO_2012.pdf, (Consultado el 22 de junio de 2014).
 - "La Audiencia no se beneficia con los lineamientos de clasificación: A Favor de lo Mejor", (2015), Comunicado Especial, *A Favor de lo Mejor*, México, D.F. 28 de octubre, <http://www.afavordelomejor.org/assets/uploads/2015/10/ComunicadoLCCRTCUV.pdf>, (Consultado el 20 de noviembre de 2015).
 - "Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos", (2015), *Diario Oficial de la Federación (DOF)*, Secretaría de Gobernación, Gobierno de México, México, D.F, 4 de noviembre, www.dof.gob.mx
 - "México debe combatir el aumento de la obesidad, asegura la OCDE", (2014), Documento sobre la salud en México, *Organización Para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)*, http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_para_la_Cooperaci%C3%B3n_y_el_Desarrollo_Econ%C3%B3micos, (Consultado el 24 de junio de 2014).
 - "México ya es el mayor consumidor de refrescos en el mundo", *Oxfam Mexico. Sumando rostros, uniendo voces*, (2013), México, D.F, 5 de septiembre, en: <http://site.oxfamMexico.org/mexico-es-ya-el-mayor-consumidor-de-refresco-en-el-mundo-3/>, (Consultado el 24 de junio de 2014).

- "Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos", (2016), Oficina del Alto Comisionado, Derechos Humanos, *Organización de Naciones Unidas (ONU)*, Nueva York, EUA, 16 de diciembre, <http://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CCPR.aspx>, (Consultado el 5 de septiembre de 2016).

- "Para beneficiar a televisoras, Segob permitirá que programas y comerciales para adultos puedan ser vistos por niños", (2015), en: *Revolución Tres Punto Cero*, México, D.F, 5 de noviembre, <http://revoluciontrespuntocero.com/para-beneficiar-a-televisoras-segob-permitira-que-programas-y-comerciales-para-adultos-puedan-ser-vistos-por-ninos/>, (Consultado el 11 de noviembre de 2015).

- "Proposiciones de los Senadores Dolores Padierna Luna y Zoé Robledo Aburto, del Grupo Parlamentario del Partido de la Revolución Democrática, con punto de acuerdo que exhorta a la Secretaría de Gobernación a retirar el proyecto de *Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringido*; y al Instituto Federal de Telecomunicaciones a elaborar la reglamentación en materia de clasificación de contenidos para radio y televisión", (2015), Gaceta del Senado, LXIII/1PPO-46/58905, Servicios Parlamentarios, LXIII Legislatura, Senado de la República, México, D.F, jueves 5 de noviembre, <http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=sp&mn=2&sm=2&id=58905>

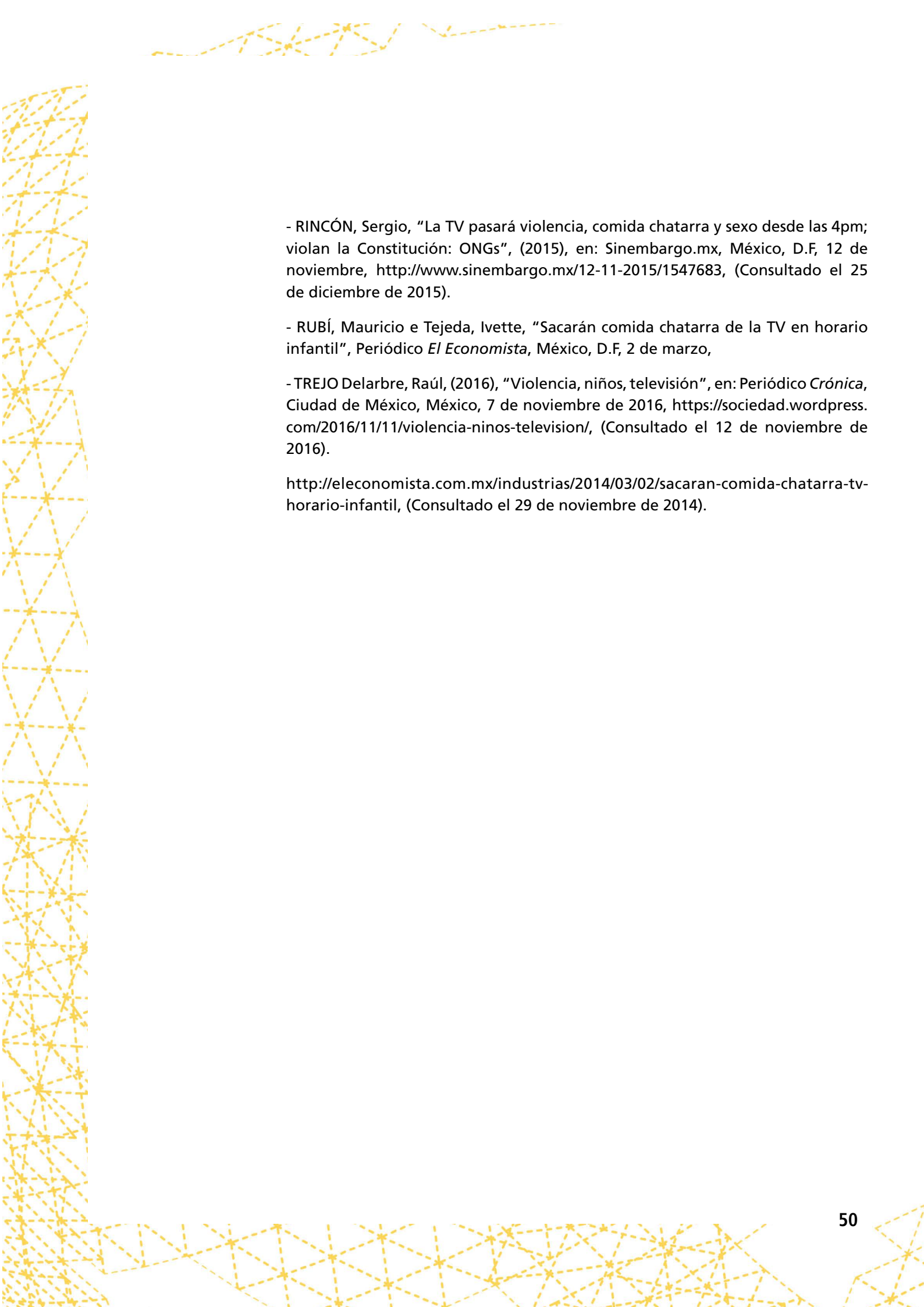
- "Medios de comunicación y desorden alimenticios", (2014), en: *El Rincón del Vago*, <http://html.rincondelvago.com/medios-de-comunicacion-y-tratarnos-alimenticios.html>, (Consultado el 23 de junio de 2014).

- TORRES PEIMBERT, Marcela, (2015), "Reunión de trabajo en conferencia con los integrantes de la Directiva de Radio y Televisión de la Cámara de Diputados, para analizar los lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos", Comisión de Radio y Televisión Canal del Senado y de la Cámara de Diputados, *Canal de Televisión de Televisión del Congreso de la Unión*, Poder Legislativo, México, D.F, 2 de diciembre, (Transmisión en video), http://www.canaldelcongreso.gob.mx/vod/reproducir/0_462ufymw/Comision_de_Radio%2C_Television_y_Cinematografia.

- "Medios de comunicación y desorden alimenticios", en: *El Rincón del Vago*, <http://html.rincondelvago.com/medios-de-comunicacion-y-tratarnos-alimenticios.html>, (Consultado el 23 de junio de 2014).

Hemerografía

- "Tienen obesidad siete de cada 10 adultos y uno de cada tres niños en México: Expertos", (2015), Periódico *La Jornada*, Sección Sociedad y Justicia, México, D.F, 4 de noviembre.



- RINCÓN, Sergio, "La TV pasará violencia, comida chatarra y sexo desde las 4pm; violan la Constitución: ONGs", (2015), en: Sinembargo.mx, México, D.F, 12 de noviembre, <http://www.sinembargo.mx/12-11-2015/1547683>, (Consultado el 25 de diciembre de 2015).

- RUBÍ, Mauricio e Tejeda, Ivette, "Sacarán comida chatarra de la TV en horario infantil", Periódico *El Economista*, México, D.F, 2 de marzo,

- TREJO Delarbre, Raúl, (2016), "Violencia, niños, televisión", en: Periódico *Crónica*, Ciudad de México, México, 7 de noviembre de 2016, <https://sociedad.wordpress.com/2016/11/11/violencia-ninos-television/>, (Consultado el 12 de noviembre de 2016).

<http://eleconomista.com.mx/industrias/2014/03/02/sacaran-comida-chatarra-tv-horario-infantil>, (Consultado el 29 de noviembre de 2014).