

Revista

ZOCALO



Observatorios, mirada crítica a los medios

- Escrutinio ciudadano a prensa, radio y televisión
- Contrarreforma Telecom; acuerdos en la sombra: A. Calleja
- Meten a fuerzas armadas en debate electoral: A. Navarrete
- *El Universal*, en campaña contra Javier Corral: T. Karam
- Conciliador, el papel de la mujer en la ficción: C. Benassini
- Usuarios, entre el *zapping* y el algoritmo: César Cano



Ejemplar \$30.00
Mayo 2017 Año XVIII Núm. 207
\$30.00



www.revistazocalo.com.mx



8

Una agenda para analizar a los medios en México Juan S. Larrosa-Fuentes



Mesa de redacción

4 El PAN y Movimiento Ciudadano reviven contrarreforma



Cartón de Rapé

5 No culpes a la tropa



Para seguirle la pista

6 Persiste concentración en mercado Telecom: Olvera Jiménez



Observatorio de medios

12 Los observatorios de medios y la sociedad
Magdalena Sofía Paláu Cardona

15 *ObVio*, un espacio para la reflexión y el análisis
Patricia Andrade del Cid

19 ¿Para qué examinar la ficción televisiva?
Darwin Franco y Guillermo Orozco / OBITEL
México

22 Vigilancia para la equidad de género
Lurdes Barbosa

25 Urge escrutinio independiente a prensa, radio y
televisión
Luis Josué Lugo

28 Mira quién observa a medios e infancias
Irma Ávila Pietrasanta

31 Alcances y limitaciones en Argentina
Francisco Godínez Galay / corresponsal en
Argentina

34 En riesgo, las defensorías de audiencias y la figura
de *ombudsman* en América del Sur
Adriana Cedillo / corresponsal en Brasil



Telecomunicaciones

38 La contrarreforma a la Ley Telecom
Aleida Calleja

41 Orquesta el PAN contrarreformas
para favorecer a televisoras
Gerardo Israel Montes

43 El sabotaje a los derechos de las audiencias:
el sometimiento del Estado
(Primera de dos partes)
Javier Esteinou Madrid



Comunicación política

46 Peña Nieto mete al Ejército a las elecciones
Alejandro Navarrete

50 El presupuesto a cambio de votos
Claudia Hidalgo

Director General
Carlos Padilla Ríos
Edición
Mauricio Coronel Guzmán
Corrección de estilo
Guillermo Sánchez
Arte y Diseño
Irma Dinorath Palma
Claudia Aguilar Núñez de Cáceres
Corresponsales
Naief Yehya, Estados Unidos
Manuel de Santiago, Europa
Ricardo Martínez, Centroamérica
Francisco Godínez, Argentina
Adriana Cedillo, Brasil

Colaboradores
Adriana Hernández, Agustín Pineda, Aleida Calleja, Alejandrina Ponce, Alejandro Navarrete, Alfredo Tenoch Cid Jurado, Antonio Brambila, Antonio Medina, Areli Cano, Balbina Flores, César Cano, Darwin Franco, Eduardo Huchim, Frambel Lizárraga, Gerardo Albarrán, Gerardo Montes, Gerson Hernández, Graciela Martínez, Guillermo Orozco, Irma Ávila, Israel Tonatiuh Lay, Jenaro Villamil, Jorge Pulido (+), José Reveles, Lenin Martell, Luis Ángel Hurtado, Luis Josué Lugo, Luis Miguel Carriedo, Manuel de Santiago, Perla Blas, Primavera Téllez, Ramiro Tovar y Tanius Karam
Redacción
Anayeli García y Mónica Luna
Caricaturistas
Rapé, El Fer
Consejo Editorial
Alma Rosa Alva de la Selva, Javier Corral, Javier Esteinou, Rogelio Hernández, María Victoria Llamas (+), Ernesto Villanueva, Manuel Gutiérrez (+), Octavio Islas Carmona, Maricarmen Fernández Chapou, Beatriz Solís y Gabriel Sosa Plata



56



65



70

- 53 El TEPJF se erige como censor en procesos electorales
Fernando Vargas Manríquez

Libertad de prensa

- 56 Maximiliano Rodríguez Palacios; asesinato que se pudo evitar
Balbina Flores Martínez

- 58 Temor y silencio, resultado de la violencia contra la prensa
Manuel Tejeda Reyes

- 60 *El Universal* orquesta campaña contra Javier Corral
Tanius Karam

Investigación CONEICC

- 63 Formación, estabilidad y cambio de la ideología ocupacional de los periodistas
Alejandra Meza Noriega

Medios digitales

- 65 La conciliación, papel de la mujer en la política ficción
Claudia Benassini Félix

- 68 El *zapping* contra los algoritmos
César Cano



Cultural

- 70 El legado controversial de Giovanni Sartori a la ciencia política
Alejandrina Ponce



Transparencia

- 73 Política migratoria, asunto de interés de la sociedad
Areli Cano Guadiana

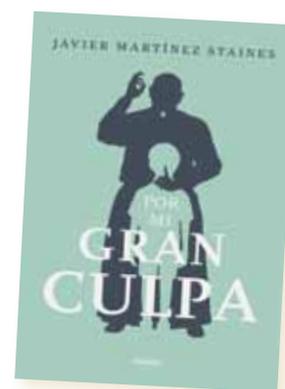
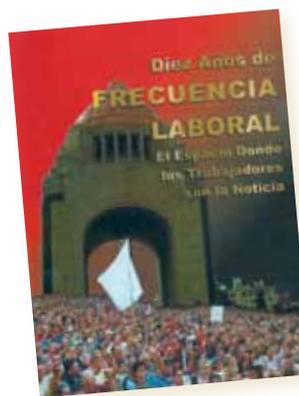


Política

- 70 Mancera debería apoyar a López Obrador: Beristain Navarrete
Carlos Padilla Ríos



Reseñas y tesis



Fotografía
Cuartoscuro
Administración
Nancy Rodríguez
Circulación
Carlos Arriaga (+)
Monitoreo
Medialog
Publicidad
Martha Palma
Suscripciones
Martha Palma

Certificado de Licitud de Título No. 12280 y Licitud de Contenido No. 8943, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, expedidas con fecha 7 de abril de 2003.

Zócalo, Comunicación, Política y Sociedad, es una reserva para uso exclusivo, otorgada por la Dirección de Reserva de Derechos del Instituto de Nacional de Derechos de Autor, bajo el número 04-2017-030215503500-102. Número de ISSN 1665-8698.

Domicilio en Calzada México Tacuba, 4 Piso, Colonia Popotla, Delegación miguel Hidalgo. C.P.11400. Tels. 53416590, 53416597. Correos revistazocalo@yahoo.com.mx, alternativamedios@gmail.com. Web: www.revistazocalo.com.mx.

Impreso. Multigráfica Publicitaria, S.A de C.V. Avena No. 15 Col. Granjas Esmeralda, Delegación Iztapalapa. C.P. 09810

Suscripciones. Precio por ejemplar 30 pesos. Suscripción anual 350 pesos. Por 12 números.

Ventas: Sanborns de toda la República mexicana. Puestos de periódicos, librerías cerradas y universidades.

Registro Postal. Porte Pagado. Publicaciones Periódicas PP09-1915. Autorizado por SEPOMEX.

SUSCRIPCIONES

5342 - 6430 y 2465 - 0598

suscripcioneszocalo@yahoo.com.mx

12 ejemplares x \$350

Síguenos en:



Revista Zócalo



Zócalo Medios



Revista Zócalo



@RevistaZocalo



Zócalo

Una agenda para analizar a los medios en México

• Juan S. Larrosa-Fuentes

Philadelphia, Penn.- En términos históricos, los observatorios de medios nacieron a fines de los 90 del siglo XX en Brasil y a principios de la década siguiente, en el 2002, en el Foro Mundial Social. Sin embargo, la idea de entender a la comunicación como un derecho y de observar los procesos comunicativos viene de mucho antes, por ejemplo, de los primeros centros de investigación académica sobre comunicación y periodismo, del sistema internacional de protección a los derechos humanos, así como de las primeras iniciativas ciudadanas que en las décadas de los 70 y 80 del siglo pasado se dedicaron a observar públicamente la comunicación mediática. Todas estas iniciativas están marcadas por la diversidad, ya que no existe una sola forma de observar la comunicación, pero especialmente porque cada iniciativa responde a características muy particulares respecto del tiempo y el espacio en el que se desarrollan estas veedurías. Es decir, no es lo mismo observar la televisión estadounidense en los años 70 en el contexto de la guerra fría, que las telenovelas mexicanas en el siglo XXI. En este marco, quisiera proponer una agenda de lo que, desde mi punto de vista, los observatorios de medios en México podrían trabajar en la siguiente década.

El planteamiento de esta agenda debe partir de un análisis del contexto histórico, sociopolítico y cultural de la comunicación en México. Los observatorios deben hacer, como se conoce en el mundo de las organizaciones civiles, un análisis de coyuntura que permita descifrar el contexto actual. (En la academia este estudio toma otra definición.) Por razones

de espacio no puedo profundizar en este contexto. Sin embargo, yo percibo que hay cuatro elementos que marcan los tiempos actuales: El primero de ellos tiene que ver con la concentración y centralización de la comunicación. Las nuevas regulaciones en materia de telecomunicaciones, así como el desarrollo tecnológico global, lograron que, paulatinamente, algunos de los grandes monopolios en México empezaran a disminuir su poder. Sin embargo, ahora estamos ante una ola de concentración global de empresas que afectan directamente a México, como es el caso de *Google* y *Facebook*.

En segundo lugar, hay que señalar que el sistema de comunicación política está controlado por los partidos políticos y es un tema que dará mucho trabajo en los siguientes años.

En tercer lugar, me parece notable que nuestras vidas son administradas por un Estado que en los últimos años demostró ser incapaz de mantener la seguridad pública, lo que

incluye garantizar la de aquellos dedicados profesionalmente a informar.

Finalmente, el cuarto punto indica una gran transformación de las audiencias. Por un lado, comenzaremos a ver nuevas generaciones de mexicanos que ya no crecerán bajo la dominante influencia de la cultura política y entretenimiento promovidos por *Televisa* y, por otro, estamos ante lo que Guillermo Orozco denomina la “migración tecnológica de las audiencias”, de sistemas de comunicación análogos a digitales.



En este contexto, hay un sinnúmero de cosas que hacer. A continuación planteo algunas de las que me parecen más relevantes (vale la pena señalar que esta agenda no debe verse como un borrón y cuenta nueva: los observatorios deberán crear las suyas y mantener el trabajo que por años han hecho). Algo muy importante es que los observatorios elaboren mapas sobre la comunicación en México. En general, el Estado mexicano se caracteriza por producir muy mala información al respecto; además, es escasa y con pocas posibilidades de ser sistematizada y comparada. Por ello, los observatorios podrían recolectar esta información y generar proyectos que busquen llenar los huecos informativos existentes. Por ejemplo, podría existir un proyecto colaborativo para crear un censo y mapas de todos los medios hiperlocales y digitales del país. Esto permitiría tener una nueva mirada sobre los procesos de concentración y centralización del país, así como una radiografía del periodismo local.

Otro de los temas apremiantes tiene que ver con realizar evaluaciones sobre la libertad de expresión. Sí, es cierto, como muchos intelectuales han escrito, en México tenemos una libertad de expresión que no existió durante buena parte del siglo XX. Ahora podemos criticar al Presidente y nadie nos va a desaparecer; sin embargo, esta constante celebración de la libertad de expresión oculta otras realidades que son perniciosas para esta materia. Un elemento de primera importancia es el creciente deterioro de las condiciones de seguridad para que los mexicanos la ejerzan y, particularmente, para practicar el periodismo. Los gobiernos locales (véase nada más el caso de Veracruz), así como el crimen organizado asesinan, privan de su libertad y amedrentan a periodistas y ciudadanos que buscan manifestarse críticamente en contra de políticos, empresarios y criminales. Aquí es importante añadir la creciente criminalización de la protesta social. Hasta ahora, muchas organizaciones dedican sus esfuerzos para investigar, entender y denunciar esta situación. Esta es una labor que los observatorios deben continuar.

La relación medios, poder y democracia también puede ser tema de estudio y activación de los observatorios de medios. El sistema de comunicación política en México está cooptado por la clase política, especialmente por los partidos. En este

Las nuevas regulaciones en materia de telecomunicaciones, así como el desarrollo tecnológico global, han logrado que, paulatinamente, algunos de los grandes monopolios en México hayan empezado a disminuir poder. Sin embargo, ahora estamos ante una ola de concentración global de empresas que afectan directamente a México, como es el caso de Google y Facebook.

sistema los ciudadanos tienen muy pocas oportunidades de participación.

El Estado mexicano debe reformarse y para ello debe ampliar su mirada sobre el concepto de sistema de comunicación política, que actualmente está restringido al monolítico e inútil sistema de *spots* durante las campañas electorales. Debe buscar vías para que las élites políticas y los ciudadanos puedan comunicarse, velar porque existan medios de comunicación que ejerzan el periodismo en mejores condiciones y dejar de controlarlos mediante la asignación discrecional de recursos públicos.

Por ello, la labor de los observatorios en esta materia es amplia: realizar investigaciones de derecho comparado internacional para proponer modelos de comunicación política y de asignación de gasto público; proponer modelos novedo-



sos para el fortalecimiento de los medios de comunicación dedicados al periodismo; fiscalizar la estructura y trabajo de los medios públicos; señalar la pauperización de las condiciones laborales de los periodistas y buscar soluciones a este problema; e investigar la censura y autocensura periodística.

Por último, los observatorios de medios deben prestar mucha más atención a las audiencias. Estudiarlas no es fácil ni barato, porque implica hacer encuestas para evaluar y medir el consumo cultural; hacer trabajos etnográficos que llevan mucho tiempo o desarrollar tecnologías para analizar directamente el comportamiento de las audiencias. Sin embargo, es muy importante que puedan ofrecer información al respecto.

En México tenemos información sobre las audiencias que se filtra de las empresas comerciales (los famosos *ratings*) y, por otro, lado existe, como ya lo mencioné, información desperdigada y en general de mala calidad producida por el gobierno.

Sí, es cierto, como muchos intelectuales han escrito, que en México tenemos una libertad de expresión que no existió durante buena parte del siglo XX. Ahora podemos criticar al presidente y nadie nos va a desaparecer.

A partir de trabajos colaborativos, los observatorios de medios deben generar una encuesta nacional que año con año mida el consumo cultural de los mexicanos. Mejor aún, pueden desarrollarse tecnologías de acceso abierto, para la medición del consumo mediático y uso tecnológico en nuestro país. Con estos trabajos tendríamos nuevas miradas sobre la “migración tecnológica de las audiencias”, de sistemas de comunicación análogos a digitales.



¿Qué hacer con todos esta información y trabajo de investigación? La labor de los observatorios debe tener cuatro ejes transversales. El primero es el desarrollo de tecnología para la investigación comunicativa; es decir, que por sí mismos, produzcan la que les permita recolectar información digital para hacer análisis



del internet de las cosas y de lo que se conoce como *big data*. Además, estas tecnologías pueden servir para crear trabajos colaborativos para el análisis de las estructuras comunicativas en México (mapeo de medios), y para realizar análisis de audiencias.

El segundo es la continuación del trabajo legal y jurídico de los observatorios y tiene que ver con acompañar y asesorar a periodistas y ciudadanos en materia de libertad de expresión, utilizar el sistema internacional de derechos humanos para denunciar la realidad mexicana y crear propuestas de ley para transformar la comunicación pública en el país.

El tercer eje es la educación para la recepción y alfabetización mediática. Los observatorios pueden utilizar los conocimientos que generan para crear propuestas de educación formal y no formal dirigidos a periodistas y ciudadanos, con el fin de contribuir al desarrollo de profesionales y audiencias críticas.

Finalmente, el cuarto eje tiene que ver con el periodismo. Por una parte, son pocos los observatorios conducidos por comunicadores. El análisis crítico de la comunicación requiere de la mirada analítica de estos agentes informativos. Por otra parte, en México tenemos que deshacernos del viejo adagio de “perro no come perro” y crear observatorios de medios en donde periodistas se dediquen a analizar críticamente al periodismo. ✓

Para saber más sobre los observatorios, visita: <http://www.juan-larrosa.com/observatorios-de-medios/>

Paláu Cardona, M. M. S., & Larrosa-Fuentes, J. S. (2014). Los observatorios de medios como espacios de investigación, formación, comunicación, participación e incidencia pública. En *Manual para la observación de medios* (pp. 15–22). Guadalajara: ITESO. Recuperado a partir de <http://www.publicaciones.iteso.mx/libro.php?id=245>

Larrosa-Fuentes, J. S. (2012). El diálogo entre observatorios de medios y los medios: una agenda pendiente. En R. Acosta García (Ed.), *El diálogo como objeto de estudio* (pp. 171–190). Guadalajara, México: ITESO. Recuperado a partir de <http://publicaciones.iteso.mx/libro.php?id=208>