nueva época

revista mexicana de
COMUNICACIÓN
ISSN 0187-8190

Casa abierta al tiempo
Unidad Cuajimalpa

Revista Mexicana de Comunicación • Volúmen I • Número 137 • Julio - Diciembre 2015

Parteaguas del periodismo mexicano

Libertad, intimidad, privacidad

Curar contenidos, tarea del futuro

YouTube: Epicentro del espionaje

00137
7 52435 03400 5

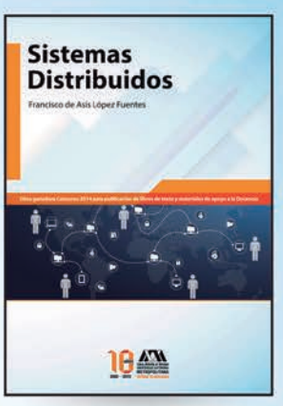
Publicaciones UAM Cuajimalpa

10 años
2005 – 2015
Casa abierta al tiempo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Cuajimalpa

colección UNA década

Obras ganadoras del Concurso 2014 para publicaciones de libros de texto y materiales de apoyo a la Docencia

El objetivo de este libro es apoyar la UEA de Sistemas distribuidos de la Licenciatura en Tecnologías y Sistemas de Información, esta UEA se imparte a alumnos que previamente aprendieron y pusieron en práctica diferentes conocimientos relacionados con la programación, los sistemas operativos y las redes de comunicación.

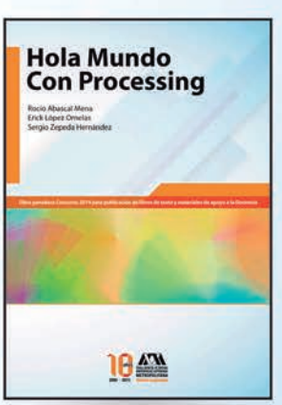


La información que se proporciona en esta publicación ayudará al estudiante a entender el funcionamiento y desarrollar sus propios sitios web estáticos con HTML. Este material también le permitirá adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para después incursionar en el desarrollo de aplicaciones web dinámicas.

El contenido de este libro es útil no solo para estudiantes de dicha UEA, sino también para personas con conocimientos sobre creación de páginas web estáticas que utilicen el lenguaje HTML y las hojas de estilo en cascada (CSS), quienes estén interesadas en un curso introductorio acerca del desarrollo de páginas web dinámicas e interactivas utilizando JavaScript.

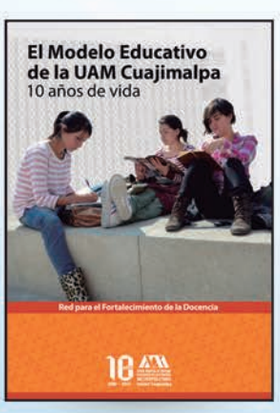
En el área de las ciencias e ingeniería existen muchos problemas para los cuales no es posible encontrar una solución analítica pero que, mediante el uso de métodos numéricos, es posible obtener una solución aproximada. Para tratar de superar estas dificultades, desarrollamos SIMetNum (Sistema Interactivo de Métodos Numéricos), un sistema de software didáctico de acceso gratuito.

En este libro mostramos, paso a paso, el curso que se imparte en la UEA Fundamentos de programación estructurada, a la vez que se presentan ejemplos de programas realizados por alumnos de distintas generaciones. Consideramos que el presente material es de gran valor y servirá para motivar a futuras generaciones que se convertirán en talentosos programadores visuales.



Red para el Fortalecimiento de la Docencia

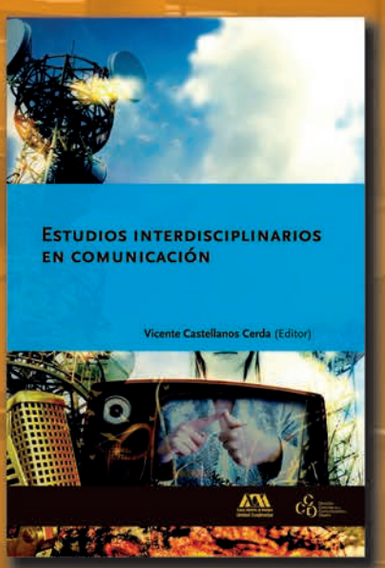
La Unidad Cuajimalpa opera con un modelo de enseñanza-aprendizaje diseñado para propiciar que los alumnos aprendan a aprender, a pensar y a ser, mediante estrategias formativas que implican el trabajo por problemas y por investigación para integrar conocimientos, técnicas, teorías y prácticas en el proceso de habilitación para la práctica profesional en el ámbito elegido.



La creación de la UAM Cuajimalpa en 2005 constituyó una gran oportunidad para la juventud que aspira a la realización de estudios universitarios en el poniente del Distrito Federal, caracterizado por la presencia de universidades privadas. Al igual que las unidades predecesoras, la Unidad Cuajimalpa se propuso trabajar con un modelo educativo propio.

Nuestras nuevas publicaciones

División Ciencias de la Comunicación y Diseño



10 años 2005 – 2015

Casa abierta al tiempo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Cuajimalpa

revista mexicana de
COMUNICACIÓN

Volumen 1 - Número 137 - julio / diciembre 2015

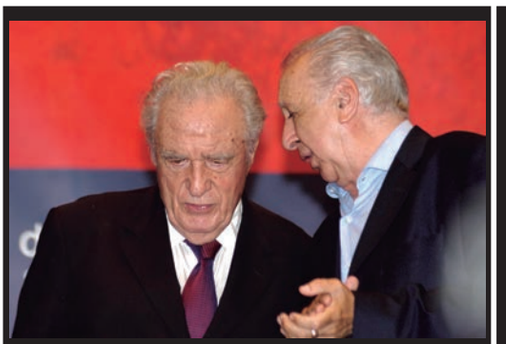
Comité académico:
Rafael Ávila González
Rodrigo Gómez García
Francisco Mata Rosas
Eduardo Peñalosa Castro
Gustavo Rojas Bravo
Marco Antônio Millán Campuzano

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 Ferández Christlieb, Carmen Gómez Mont, Perla Gómez Gallardo, Javier González Rubio, Miguel Ángel Granados Chapa (†), Fernando Gutiérrez, José Luis Gutiérrez Espíndola, Octavio Islas, Felipe López Veneroni, Fernando Mejía Barquera, Humberto Musacchio, Raymundo Riva Palacio, Miguel Ángel Sánchez de Armas, Enrique Sánchez Ruiz, Beatriz Solís Leree, Gabriel Sosa Plata, Florence Toussaint.

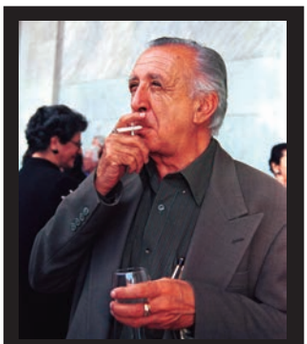
Consejo editorial internacional:
Rafael Roncagliolo (Perú), José Marques de Melo (Brasil), Miguel de Moragas (España), Joaquín Sánchez (Colombia), Marcelino Bisbal (Venezuela), José Manuel de Pablos (España), Sergio Caletti (Argentina), Armand Mattelart (Bélgica), Benjamín Fernández Bogado (Paraguay),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

Fundador: Miguel Ángel Sánchez de Armas
Director: Omar Raúl Martínez
Coordinador editorial: José Reveles
Editor: Jorge Tirzo
Producción, diseño y maquetación:
Anay Romero, Israel Navarrete
Ilustraciones y Fotografía: Agencia Cuartoscuro
Diseño de portada: Rodrigo Alvarez de Mattos
Diseño basado en una propuesta original de:
Berenice Espinosa, David Hernández y Sergio Hernández

Revista Mexicana de Comunicación. Volumen 1, número 137, julio-diciembre de 2015, es una publicación semestral editada por la Universidad Autónoma Metropolitana, a través de la Unidad Cuajimalpa, División de Ciencias de la Comunicación y Diseño, Departamento de Ciencias de la Comunicación. Prolongación Canal de Miramontes 3855, Col. Ex Hacienda San Juan de Dios, Delegación Tlalpan, C.P. 14387, México, D.F. y Avenida Vasco de Quiroga 4871, Torre III, 5to. Piso, Col. Santa Fé Cuajimalpa, Delegación Cuajimalpa de Morelos. Tel. 58 14 - 65 58.
Página electrónica de la revista: http://mexicanadecomunicacion.com.mx; dirección electrónica: rmc@correo.cua.uam.mx.
Editor responsable: Raúl Martínez Sánchez. Certificado de reserva de derechos al uso exclusivo del título No. 04-2015-122112421400-102, ISSN 0187-8190, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Certificado de Licitud de Título y Contenido en trámite, otorgado por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Edición e impresión por Editorial Libertad y Expresión, S.A. de C.V., con domicilio en Av. Río Churubusco # 590, Col. Del Carmen, Delegación Coyoacán, C.P. 04100, México, D.F. Este número se terminó de imprimir en México, D.F., el 26 de noviembre de 2015, con un tiraje de 1,000 ejemplares.
Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.
Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Universidad Autónoma Metropolitana.



Scherer, Leñero y Granados: Parteaguas de la prensa mexicana
Francisco Prieto



Scherer y Leñero: Unidos por la prensa
José Luis Esquivel Hernández

Editorial
Nueva época **4**

Scherer, Leñero y Granados
Francisco Prieto **6**

Scherer y Leñero, unidos por la prensa
José Luis Esquivel Hernández **14**

Del periodismo al análisis de los medios
Alma Rosa Alva de la Selva **20**

Un examen de conciencia
Maricarmen Fernández Chapou **24**

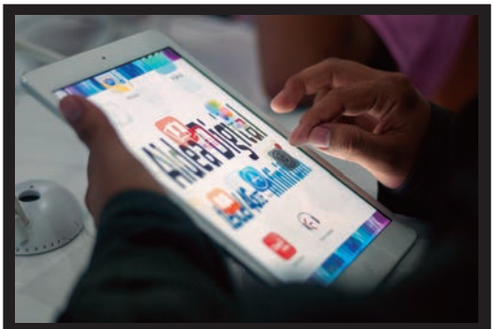
Desapariciones en México y Granados Chapa
José Reveles **28**

La libertad de expresión en riesgo
Beatriz Solís Leree **34**

De la libertad a la intimidad
Raúl Trejo Delarbre **38**

Pensar la revolución informativa
Carmen Gómez Mont

Dame un beso como en las películas
Raúl López Parra



Periodismo y curaduría de contenidos
Jorge Tirzo

Derecho a la privacidad, en medio de tres aguas
Omar Raúl Martínez 44

YouTube: Epicentro del espionaje político
Germán Espino Sánchez 50

Pensar la revolución informativa
Carmen Gómez Mont 56

Periodismo y curaduría de contenidos
Jorge Tirzo 58

Dame un beso como en las películas
Raúl López Parra 64

Prensa no lucrativa
Rogelio Hernández López 68

Reseñas Bibliograficas
Diversidad en los estudios sobre comunicación
En busca de mejores medios
Los medios estatales en contubernio con el poder
Jorge Tirzo 76

10 años
2005 – 2015

Casa abierta al tiempo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Cuajimalpa

Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Cuajimalpa

Dr. Eduardo Peñalosa Castro
Rector de Unidad

Dra. Caridad García Hernández
Secretaria de Unidad

Dra. Esperanza García López
Directora de la División de Ciencias de la Comunicación y Diseño (DCCD)

Mtro. Raúl Roydeen García Aguilar
Secretario Académico de la (DCCD)

Dr. Gustavo Rojas Bravo
Jefe del Departamento de Ciencias de la Comunicación

Nueva época

Con el presente ejemplar, la *Revista Mexicana de Comunicación* (*RMC*) inicia una nueva época bajo el cobijo y estímulo de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa.

Creada por la Fundación Manuel Buendía (FMB) en septiembre de 1988 con el respaldo de un numeroso grupo de destacados investigadores y bajo la batuta de Miguel Ángel Sánchez de Armas, este foro especializado de divulgación circuló ininterrumpidamente durante poco más de 25 años entre la comunidad académica y profesional del país.

A principios de 2014, por motivos de reorganización interna, la FMB vio en la UAM Cuajimalpa y su Departamento de Ciencias de la Comunicación –adscrito a la División de Ciencias de la Comunicación y Diseño– una magnífica e idónea institución para dar continuidad y fortalecer los empeños de una propuesta editorial como *RMC*.

A lo largo de su existencia, la *Revista Mexicana de Comunicación* ha podido registrar paso a paso la historia de los medios de comunicación mexicanos, documentar innumerables diagnósticos en torno a distintos procesos de comunicación política y cultural, desentrañar y explicar diversos abordajes de investigación y estudio de las ciencias de la comunicación, así como analizar y comentar obras, teorías y dinámicas de particular interés para la comunidad académica y profesional. Apelando a la misma lógica, refrendamos dos objetivos primigenios necesarios de impulsar desde una universidad pública como lo es la UAM-C:

a) Rescatar y compartir las aportaciones de los investigadores de comunicación mexicanos y de otros países con el ánimo de fomentar la continua actualización, el intercambio y el análisis.

b) Ofrecer un espacio de encuentro para la comunidad académica donde tenga la oportunidad de ampliar o enriquecer sus referentes de estudio, así como sus perspectivas profesionales.

Nuestra apuesta en la nueva época, será la de afianzar un foro divulgativo plural e incluyente que contribuya a la formación intelectual y profesional de las nuevas generaciones e incentive la reflexión, el examen y el debate en torno a los múltiples estancos de las ciencias y prácticas de la comunicación.

Esta nueva etapa de *RMC* gana la luz en el marco del décimo aniversario de la UAM Cuajimalpa y poco después de que la propia Unidad había creado y echado a andar la Cátedra Miguel Ángel Granados Chapa en 2014. Esto explica el porqué nos propusimos convocar a distinguidas plumas a reflexionar a propósito no sólo de la vida profesional de Granados Chapa, sino también de otros dos personajes igualmente ejemplares para la prensa y la comunicación política de México y cuyas vidas se extinguieron en fechas cercanas: Julio Scherer y Vicente Leñero. Tres profesionales que dejaron huella y son paradigma del buen periodismo. Adicionalmente, el lector hallará en las siguientes páginas artículos que profundizan en temas tales como la libertad de expresión y sus distintas vertientes de análisis, los escenarios del actual entorno tecnológico en relación con el quehacer mediático y la política, o los nuevos desafíos de la prensa frente a la era digital.

He aquí, pues, un rico caleidoscopio de voces que, además de engalanar el inicio de una nueva época, contribuyen a enriquecer el estudio de la comunicación en sus distintas facetas.●

Scherer, Leñero y Granados:

Parteaguas de la prensa mexicana

Foto: Sergio Garibay / Agencia Cuartoscuro

“En pleno movimiento estudiantil, se registró en 1968 un gran parteaguas en la prensa mexicana, cuando Julio Scherer García fue electo para dirigir el diario *Excélsior*. En años decisivos de cambios de forma y fondo en el quehacer periodístico, junto a Scherer estuvieron Vicente Leñero y Miguel Ángel Granados Chapa. El fallecimiento, en un lapso breve de tiempo, de Scherer, Leñero y Granados, mueve a una reflexión sobre el periodismo que aportaron a México, dando lugar a que podamos hablar de un antes y un después en la historia de la prensa mexicana.”

Francisco Prieto

Este parteaguas se inicia en las postrimerías de 1968 cuando Scherer García es electo por la cooperativa para dirigir el diario *Excélsior*. Junto a Scherer estuvieron Vicente Leñero y Miguel Ángel Granados en aquellos años de un modo más libre de hacer periodismo, lo que llevó a dar un golpe artero contra la libertad de expresión y los derechos humanos ordenado por el entonces presidente de la república, Luis Echeverría Álvarez con el concurso del Partido Revolucionario Institucional y la participación entusiasta de Televisa.

Como los motivos y la crónica del golpe no los describiría mejor que Leñero en su obra *Los Periodistas*, que se sigue reimprimiendo y goza de excelente salud, voy a evocar a cada una de las figuras por separado. Entre otras cosas porque mi trato con cada una de ellas fue más personal que fijado en la esfera de trabajo. Y además porque cada cuál fue un individuo consciente de poseer un yo propio e intransferible habiendo sido la suya una existencia auténtica, fiel cada quién a sí mismo y a los valores al servicio de los cuales transcurrió su existencia.

Julio Scherer García

Los que no llegábamos a los treinta años en 1968 parasitábamos un país esclerótico que arrastraba demasiados años viviendo en la más radical ambigüedad. Como la revolución mexicana no tenía libro referencial, las categorías para estudiarla eran el eclecticismo y el pragmatismo. Las palabras y las leyes iban por un lado; las acciones y los hechos por otro. El discurso oficial obedecía a los tópicos de siempre, la historia giraba en torno a individuos que formaban un santoral laico. La censura y la autocensura eran lo habitual en los medios, por lo que el presidente de la república era intocable. Los funcionarios no se consideraban obligados a rendir cuentas a la opinión pública, sólo concedían entrevistas a periodistas corruptos y/o domesticados. Así, todo lo malo que acontecía, o casi todo, era obra de "extranjeros indeseables". Sólo escapaban a la censura los libros, ya que en la nación eran pocos los lectores y aún menos los lectores educados. Como en el régimen de Franco, con el que no se tenían relaciones diplomáticas, la censura a las películas hacía que pasaran mutiladas o que simplemente no pasaran, como fueron los casos de *La sombra del caudillo*, *Viridiana*, *La dolce vita*… En ese estado de cosas y cuando se iniciaba el movimiento estudiantil de 1968, llegó a la dirección de *Excélsior* don Julio Scherer García.

Scherer era sido un reportero notable que había dejado joyas de buen periodismo de investigación en el reportaje y la entrevista. Había ejercido la crítica a través de la opinión de sus entrevistados, hombres cuyo prestigio los volvía más o menos intocables. El caso es que toma la dirección en pleno movimiento estudiantil cuando eran requisados hasta los periódicos extranjeros cuando analizaban la temática y daban cuenta de la represión gubernamental.

Scherer actuará con prudencia, consciente de que los cambios en el diario no podían ser radicales. Sin embargo, poco a poco se va gestando un periodismo nuevo que devolvía a la prensa nacional la dignidad que había conocido en el siglo XIX: las páginas abundantes dedicadas a la vida social de empresarios, políticos y señoras del "gran mundo" se convirtirían en páginas verdaderamente sociales donde se presentan los problemas que hacen patente que México está muy lejos de ser una sociedad justa. En las páginas de espectáculos, se llamó a escritores que no estaban al servicio de las grandes distribuidoras y productoras de películas; se inició la crítica seria de televisión y de radio en tanto que en las páginas de cultura se reseñaban las novedades editoriales, se entrevistó a literatos, científicos, profesores e investigadores, se hicieron reportajes históricos que mostraron a una sociedad en un proceso de cambio…

Scherer, que antes de llegar a la dirección coordinaba las páginas de artículos de fondo, acaba de conformarlas dentro de una orientación social democrática. Esto con escritores mayoritariamente de centro-izquierda y una presencia poderosa de católicos inspirados en el Concilio Ecuménico Vaticano II, como Alejandro Avilés, Javier Peñalosa, Enrique Maza, Ramón Zorrilla, Froylán López Narváez –que pretendía un marxismo de fondo cristiano o escribía desde un cristianismo tocado por el pensamiento de Marx y firmaba alguno de sus artículos con el seudónimo de Gilberto Keith en honor del católico británico Gilbert Keith Chesterton. Además de Vicente Leñero y el propio Miguel Ángel Granados Chapa –en aquellos años un demócrata cristiano–, que venían a unirse a los más bien conservadores Ramón de Ertze Garamendi –presbítero y refugiado vasco enemigo del general Franco y de su régimen–, Carlos Alvear Acevedo y el protestante Abraham López Lara.

Una de las aportaciones de Scherer estuvo en el tratamiento de las noticias internacionales cuando ocupaban el encabezado de ocho columnas. En el lado preferencial de la plana se daba la noticia en dos columnas separadas por una fina pleca. En una se reunían las agencias norteamericanas y la agencia *EFE*; en la otra se tomaban como base los reportes de la *Agence France-Presse, Reuter* y a veces *Prensa Latina*. El sentido de ello es que, como eran líneas de pocos golpes, se pudieran ir leyendo simultáneamente dos orientaciones diferentes de un mismo hecho.

Sin embargo, el gran desafío era informar con verdad de los asuntos nacionales en un país gobernado por un régimen autoritario que no podía entender a los periódicos sino como prolongaciones suyas. En este contexto, los secretarios de Estado no daban entrevistas y no se permitía la crítica más leve a los dictados del presidente que era, en rigor, un gran tlatoani, un emir, un sátrapa oriental…

Scherer opta por desafiar al régimen impregnando en los reporteros una agresividad inusitada en México: buscar a personas críticas empleadas en los medios gubernamentales para que dijeran lo que verdaderamente pasaba bajo promesa de no revelar sus nombres, como de hecho estaba establecido en los tratados de ética pe-

Granados fue periodista por su interés incontenible por los sucesos de actualidad política y socio-económica.

Foto: Isaac Esquivel / Agencia Cuartoscuro.

riodística. La estrategia acabó rindiendo frutos mucho antes de lo esperado y pronto los funcionarios públicos se vieron obligados a conceder entrevistas. Así, *Excélsior* se convirtió en el único diario confiable, la única fuente fidedigna para conocer lo que verdaderamente sucedía en el país.

Consciente, por otra parte, de que era necesaria una visión latinoamericana de lo que pasaba de este lado del Atlántico, pero también de la necesidad de interpretar desde nuestra circunstancia lo que ocurría en el resto del mundo, se asoció con diarios de otras naciones de América Latina para crear una agencia de prensa que pudiera competir con los grandes consorcios internacionales. La agencia se llamaría *Latin*.

Scherer aprovechó el regreso a México de Octavio Paz para poner en manos de éste una revista cultural. Era necesario que el medio abrevase en el pensamiento de los mayores referentes hacedores de cultura y para ello era menester reclutar al único intelectual mexicano con una capacidad de convocatoria internacional, o sea, Octavio Paz. Este último bautizará a la revista con el nombre de *Plural*, es decir, un nombre que anuncia un propósito fundamental: romper la unidimensionalidad de la sociedad mexicana, su provincianismo, su estrechez, en fin, de miras.

La revista *Plural* se volvió pronto una fuente de escándalo ya que desde la pluralidad de las izquierdas pensantes se procedió a la crítica radical del socialismo real, el que habría traicionado el fondo dialéctico e historicista del pensamiento de Marx. En *Plural* publicaron los disidentes más inteligentes y sensibles de la Europa Oriental, de la URSS, de Cuba… No pocos colaboradores del *Excélsior* expresarán a Scherer su inconformidad por aquello de que se podía dañar el espíritu revolucionario. Pero él no les hace caso: en primer lugar, el periodismo se debe a la búsqueda de la verdad, y en segundo lugar Paz seguiría haciendo la revista como quisiera porque así lo habían acordado. Todos los inconformes lo acataron por respeto al liderazgo moral que reconocían en Scherer y por la admiración que sentían hacia él.

En un país cuyos periódicos eran dirigidos por empresarios no periodistas, atentos a sus intereses particulares e indiferentes a la vida intelectual y a la verdad, los que formaban parte del *Excélsior* experimentaban el orgullo de la reivindicación de una profesión cuya esencia había sido relegada, negada, sometida… Scherer había devuelto a los periodistas el sentido de dignidad que habían perdido y que se mani-

festó durante el movimiento estudiantil con la pancarta que, indefectiblemente, acompañaba a los contingentes que expresaban su indignación con la situación deplorable que se vivía: "Prensa vendida".

Sí, Scherer no fue un parteaguas, sino el parteaguas entre un estado de cosas esclerótico y un proceso de cambio social que acabaría consagrando tanto los derechos humanos como la democratización de la república. Así, cuando a casi ocho años de la dirección de Scherer asestan un golpe a este y a su equipo, bastó un llamado del director para congregar en un salón de un hotel del Paseo de la Reforma a un nutrido grupo. Con los donativos de empresarios independientes y clases medias de los sectores más diversos de la sociedad mexicana hicieron posible que muy pronto el grupo *Excélsior* diera a conocer una nueva revista, *Proceso*, que continuaría la línea editorial del diario. *Proceso* se sustentará con ventas más que con anuncios y llegará a contar con un número impresionante de suscriptores en un país de escasos lectores. Quedó claro que la libertad de los periodistas y la libertad de expresión eran ya irreversibles en México. Así, a *Proceso* seguiría el diario *Unomasuno*, la revista *Vuelta* –con el mismo equipo de lo que fue *Plural*– y más tarde el diario *La Jornada*, todos como ríos provenientes de una misma fuente: el *Excélsior* de Julio Scherer García.

Vicente Leñero

Novelista, dramaturgo, periodista y católico militante, Vicente Leñero fue llamado al *Excélsior* por Scherer para transformar la publicación *Revista de Revistas*, uno de los diversos productos de la cooperativa. (Scherer había cerrado no pocas revistas frívolas producidas en aquellos años, pero quería hacer un periodismo de revista semanal en la línea de los grandes semanarios internacionales, como *Time*, *L'Express*, *Der Spiegel*, *The Economist* y otros análogos).

Revista de Revistas era, a la sazón, un semanario con pésimas ventas. Estaba hecha al modo un tanto anticuado y nada atractivo de las revistas que se confeccionaban en México, como *Siempre!*, *Mañana* y otras, a saber, con artículos de fondo, doctrinales, ideologizados. Leñero, por su parte, había sido un reportero en la revista católica *Señal*+, y al ganar el premio Seix Barral de Literatura por su novela *Los albañiles* es llamado por la revista internacional *Claudia* para ocupar la jefatura de redacción. En *Claudia* pudo realizar un periodismo moderno y muchas de sus entrevistas y reportajes, hoy recogidos en libros, plasmaban un estilo ágil, novedoso, con un uso del lenguaje a un mismo tiempo desenfadado pero preciso en la busca de revelar realidades que marcaban una distancia con el pasado desde la convicción de que forma y fondo están necesariamente hermanados. Leñero llamaría a colaborar con él a escritores jóvenes con los que compartía una misma conciencia de cambio, de revelación de realidades ocultas, de los nuevos sentidos que procuraban salir a la luz en una sociedad que iba siendo otra y que era necesario nombrar. Así se formaría un equipo con Gustavo Sainz, José Agustín, Ignacio Solares, Gerardo de la Torre, Juan Tovar, Federico Campbell y otros. Leñero forma un nuevo equipo en *Revista de Revistas* con el propósito de iniciar una publicación de reportajes y entrevistas, con pocos pero sustanciosos y breves artículos, y con espacios generosos para los espectáculos: teatro y cine, pero, también, para dar cuenta de la actividad editorial. En ese equipo lo acompañarán los escritores a los que había convocado en *Claudia* aparte de analistas políticos como Efraín González Morfín que había sido candidato a la presidencia por el PAN y enfrentado con dignidad al oficial Echeverría en competencia, sobra decirlo, absolutamente desigual. Aparte de los católicos González Morfín y el jesuita Enrique Maza, conforma un grupo de periodistas de izquierda que ejercen la crítica del partido en el poder, ajena a toda forma de componendas y contestaría. En uno de los primeros números de la revista reformada, aparece un reportaje de Graham Greene en Chile en tiempos de Allende, que muestra una sociedad chilena conflictuada y desde la simpatía hacia el presidente socialista, el fino sentido de observación de Greene, su certero instinto periodístico, vislumbra ya el golpe de estado que poco después tendría lugar.

No duró mucho Leñero en aquella espléndida aventura periodística porque sucedió el golpe contra el *Excélsior*. Pero Scherer lo llamaría para que estuviera a su lado en la subdirección de *Proceso* y desde ella Leñero se convirtió en un auténtico jefe de redacción e información. Estuvo atento no sólo a los contenidos sino a la forma, contaminando de ese espíritu de experimentación y de búsquedas estilísticas a los reporteros y redactores de la revista. Tal vez la gran aportación periodística de Vicente Leñero en *Proceso* se concrete en un tono de des-solemnización de nuestros políticos, en la sistemática desglamorización de sus voces y de sus poses, en hacerlos ver como entes enfermos de poder y simuladores por oficio. También y por lo mismo, propiciar que los periodistas se midieran de igual a igual con los poderosos: políticos, empresarios, líderes sindicales hasta obligar a éstos a aceptar esa relación ya no asimétrica, sino una de ciudadanos con los mismos derechos y obligaciones.

Leñero, ante todo un escritor, llevó el periodismo a la novela con obras que son tan buenas novelas como reportajes, así *Asesinato*, *La gota de agua*, *Los periodistas* y dramas como *El juicio*, *Los hijos de Sánchez*, *Todos somos Marcos*, *Pueblo rechazado*…

Miguel Ángel Granados Chapa

A diferencia de Scherer y de Leñero, Miguel Ángel Granados no fue un reportero, un entrevistador o un cronista. Fue periodista en el sentido de un interés incontenible por los sucesos de actualidad, señaladamente en los campos de la política y la circunstancia socio-económica. Era un articulista, un hombre que veía y analizaba la realidad desde la óptica sociológica pura, es decir, sin perspectiva

Proceso fue el medio legado por el trabajo conjunto de los tres periodistas.

psicológica aunque sí histórica. A veces he pensado que de no haber pasado infancia, juventud y madurez en un país con partido hegemónico que rechazaba por diversos y sobradamente justificados motivos, muy probablemente Granados hubiera sido un hombre de acción, de toma puntual de decisiones, un político. Me explico:

Miguel Ángel Granados Chapa procedía de un hogar de raigambre católica del Estado de Hidalgo. Como Leñero, se formó en la Acción Católica y como no pocos jóvenes católicos de la década de los cincuenta, vivía a disgusto en un régimen de fondo jacobino, corrupto, ecléctico y pragmático hasta la ignominia. El cristianismo que practican Leñero y Granados tiene rostro humano y no es como el de otros jóvenes de la extrema derecha católica, esos que consideran que judíos y masones tienen la culpa de todos los males del mundo y que urden, desde tiempos lejanos una conspiración contra el cristianismo.

Comenzó a trabajar, bajo la dirección de Manuel Buendía, en el semanario *Crucero*. Con una sensibilidad social desarrollada,

Foto: Enrique Ordóñez / Agencia Cuartoscuro.

en la segunda mitad de 1964 denuncia a la organización secreta Movimiento Universitario de Renovadora Orientación (MURO), sus juramentos secretos, su violencia y la protección que le otorgaba a ese grupo la parte más conservadora del clero. El joven periodista es secuestrado, llevado a un paraje solitario y golpeado salvajemente, al punto de que su vida misma estuvo en peligro.

Granados se vuelve estudiante en Ciencias Políticas y Sociales en la UNAM, seguramente por la influencia de don Horacio Guajardo, miembro prominente del PAN. En su juventud, por influencia de Alejandro Avilés se introduce en la democracia cristiana. Y acaso desengañado del uno y de la otra, termina siendo fundador del Partido Socialista Unificado de México. Se va orientando, como su maestro el regiomontano Guajardo, primero a la democracia cristiana, luego al socialismo de fondo marxista. Progresivamente se va dando cuenta de que su fe no es tan sólida como hubiese deseado su madre, a la que se hallaba fuertemente vinculado. A la pérdida de la fe cristiana se une el deslumbramiento por el materialismo dialéctico.

Con una real repugnancia al partido en el poder, no encontrando sus señas de identidad ni en el Partido Acción Nacional ni en el Partido Popular Socialista –este vinculado a la URSS por la que no siente simpatía–, Granados se orienta hacia el periodismo con la esperanza de que el ejercicio de la crítica pueda contribuir al cambio en el país. Se inicia en el periódico *Crucero*, una publicación diaria que aparece al mediodía de la organización periodística de *El Día*, vinculada a la izquierda-PRI, si bien no se acercaría nunca al partido oficial. Más adelante, deslumbrado por el periodismo que genera Scherer en *Excélsior*, busca a este y se inicia en una actividad que nunca abandonará: el análisis de la vida política y de los políticos. Y así, a partir de sus convicciones esenciales que lo llevan a establecer un compromiso con la justicia social que sólo podría ser realidad a partir del socialismo democrático, Granados se volvió un periodista comprometido que se comunica a través de un estilo puro y clásico, con una lógica cartesiana y demoledora, en el mejor de los sentidos, del contrincante. Polemista notable, sus artículos son persuasivos e iluminan el tema que trate en ellos. Con una connaturalidad con el pensamiento lógico y con la *praxis* política, pronto Scherer lo llamará a que haga muchos de los editoriales o artículos no firmados, por tanto, oficiales que aparecen en la página izquierda y el lado izquierdo de las dos planas de artículos de fondo del *Excélsior*.

Después del golpe, Granados será fiel a Scherer y lo acompañará en los primeros meses de *Proceso*. Pasará luego a *UnoMásUno* para después formar parte del grupo fundador de *La Jornada*; también creará y dirigirá una revista de corta duración, *Mira*. Esta última fracasará debido a que Granados no tenía, como Leñero, el sentido de la forma ni del diseño ni le apasionaban el reportaje y la entrevista. Es, básicamente, un analista sociopolítico que desarrolló, es verdad, un modelo de argumentación de una lógica demoledora que en pocas cuartillas situaba a cualquiera en el meollo del asunto y le daba el carácter dinámico de la situación analizada.

Aparte de su gusto por la buena y grande música –no se perdía, salvo que fuera por causa de fuerza mayor, un concierto de la OFUNAM–, su inclinación por la *praxis* política era inmanente. Así que se lanzaría a candidato a la gubernatura de su Estado de Hidalgo buscando el apoyo tanto del PAN como del PRD. Logró que este último lo hiciera candidato y perdió la elección. Hidalgo ha sido un estado controlado por el PRI, dominado por políticos en su mayor parte corruptos y ligados al empresariado local. Además, Granados era un tanto rígido y un lenguaje tan racional como era el suyo encontró dificultades de comunicación con las mayorías. Seguramente por estas mismas razones, el periodismo radiofónico que ejerció en *Radio Mil* y en *Radio UNAM* no logró nunca la gran audiencia que amasó en sus artículos periodísticos: de *Excélsior*, *Proceso*, *La Jornada* y, sobre todo, del diario *Reforma* donde su espacio "Plaza Pública" llegó a ser imprescindible para todo el que siguiese atentamente el acontecer político nacional.

Granados queda en la historia del periodismo nacional como uno de los más agudos y honestos analistas de la política nacional. Le podemos tributar el mayor elogio posible para un periodista de su estirpe: aunque se difiriese de su orientación ideológica, leerlo lo colocaba a uno, objetivamente, en la trama y su revés, dicho de otro modo, era imprescindible para el buen entendimiento de los hechos. ●

Francisco Prieto es escritor y periodista. Es autor de libros como *Campo de Batalla* y *Tres novelas del deseo y de la culpa*. Ha sido académico en instituciones como la Universidad Iberoamericana y el Tecnológico de Monterrey. Actualmente es defensor del televidente en *Canal 22*.

Cátedra Miguel Ángel Granados Chapa

La **Cátedra Miguel Ángel Granados Chapa** se instituyó para honrar al columnista mexicano que ejerció su labor profesional a cabalidad, la cual se ubica como la más relevante y reconocida en las últimas cuatro décadas.

La mejor forma de rememorar al periodista es dar continuidad a sus principales preocupaciones y afanes, a través de diferentes líneas que permiten la actualización y la formación de los profesionales de la comunicación:

- Conferencias magistrales
- Debates
- Muestra fotográfica
- Exhibición de documentales
- Diplomado de periodismo
- Rescate de acervos

Contacto

Coordinador: **José Reveles**

Tel.: 5814 6501 ext. 6960

web: http://catedragranadoschapa.cua.uam.mx/

correo: catedragranadoschapa@correo.cua.uam.mx

10 años UAM Casa abierta al tiempo Unidad Cuajimalpa 2005 — 2015

División Ciencias de la Comunicación y Diseño

Scherer y Leñero, unidos por la prensa

Sus huellas en el periodismo mexicano son imborrables

Foto: Benjamin Flores / Proceso.

> “El primero, ícono del ‘mejor oficio del mundo’, es el mejor reportero de todos los tiempos. El otro, dramaturgo y cronista sin igual, es ahora guía de las nuevas generaciones. Unidos por siempre en la amistad, uno se fue de este mundo detrás del otro. Leñero falleció en diciembre de 2014, y Scherer lo siguió en enero de 2015. Dos baluartes de la cultura en México terminaron también unidos por el adiós terreno en fechas muy cercanas.”

José Luis Esquivel Hernández

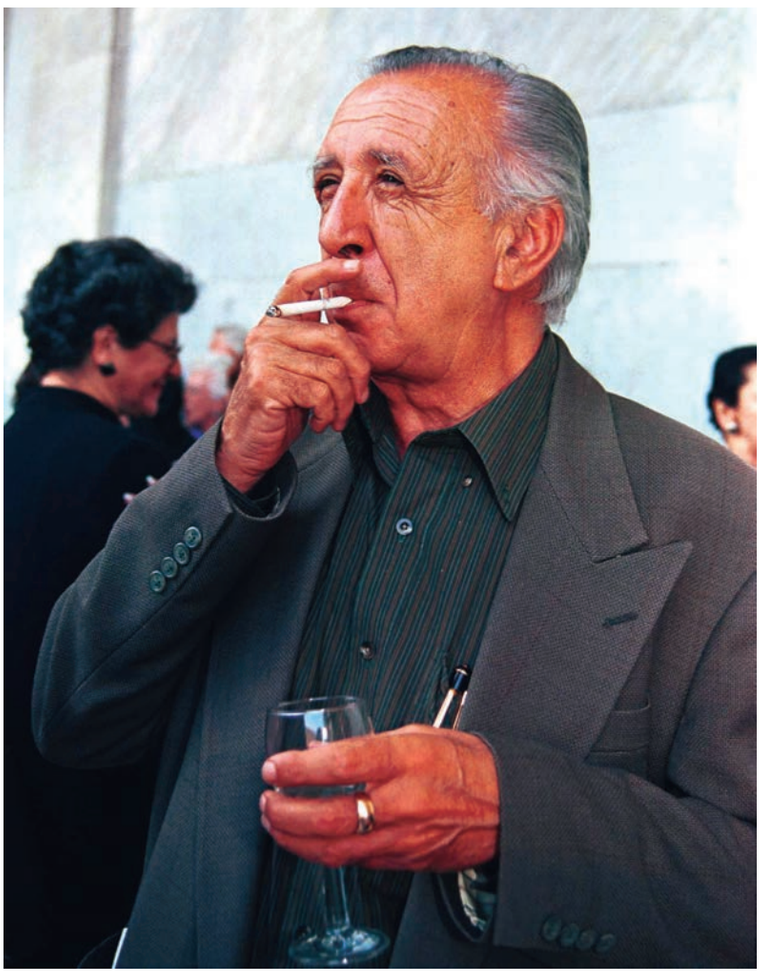
Julio Scherer García vino al mundo el 7 de abril de 1926 en la Ciudad de México. Cuando estaba dando sus primeros pasos en la escuela nació en Guadalajara Vicente Leñero Otero el 9 de junio de 1933, pero muy pronto sus padres dejaron la Perla Tapatía y regresaron a la capital de la república. Ambos se encontrarían después en la senda de las letras y forjarían una sólida amistad: el primero soñaba desde niño con ser escritor, y Leñero puso sus aspiraciones infantiles en el teatro. Sin embargo, "el mejor oficio del mundo" (García Márquez *dixit*) terminó por unirlos irremediablemente.

Fue hijo de Pablo Scherer y Scherer, un alemán que vino económicamente a menos con toda su familia heredera de la Casa Scherer, existente desde el porfiriato. Julio se regodeaba también por el origen de su madre Paz García Gómez, hija de don Julio (su tocayo) García López Portillo, afamado jurista de Guanajuato en los años porfirianos, y presidente de la Suprema Corte de Justicia durante largo tiempo. Por tanto, algún día le pareció pesado su parentesco con el que fuera presidente de México de 1976 a 1982, José López Portillo y con Margarita, la todopoderosa funcionaria de Radio y Televisión en ese mismo sexenio.

Leñero, en cambio, fue heredero directo del teatro que llevaba en las venas su padre, un hombre extrovertido que por razones de su trabajo fue de pisa y corre a trabajar a Guadalajara llevando a su familia por poco tiempo fuera de la ciudad de México, donde la mamá de Vicente, que nació con el siglo, nadaba a sus anchas en su fe católica y era ferviente admiradora de León Toral y la Madre Conchita, involucrados en el asesinato de Álvaro Obregón en julio de 1928.

Scherer bebió también en familia la formación católica –para él lo cristiano era un principio de liberación–, y su educación con los jesuitas y sus amistades con curas, lo llevaron a estudiar derecho, literatura y filosofía que, si bien no le permitieron triunfar con un título profesional, marcaron el paso de sus primeras aventuras en el periodismo, al que llegó antes de cumplir los 22 años, en el segundo semestre de 1947.

Leñero estudió en la década de 1940 primaria y secundaria en el colegio Cristóbal Colón, de los lasallistas, donde fue colaborador de *La Fragua*, el periodiquito preparatoriano que dirigía Carlos Chanfón. Aunque su motivación seria lo orientaba al teatro, gracias a que desde niño con su hermano Luis, construyeron un foro para títeres de alambre y fueron muy alentados por su padre, quien les enseñaba a los her-



El autor de *Los albañiles* conjugó el teatro, la literatura y el periodismo.
Foto: Pablo Zamora / Agencia Cuartoscuro.

Scherer fue un reportero metódico y un redactor sensible.
Foto: Sergio Garibay / Agencia Cuartoscuro.

manitos a improvisar un escenario maravilloso y a realizar obras propias sobre la cama matrimonial, amontonando almohadas y cojines.

Julio Scherer García llegó en 1947 como reportero a la segunda edición de *Últimas Noticias*, de *Excélsior*, donde coincidió con su entonces gran amigo Manuel Becerra Acosta (1932-2000). Y éste, a pesar de que partió a París dos años después, mantuvo una franca comunicación a la distancia y lo alentó para que en 1950 apretara el paso a fin de hacer méritos que lo llevaran a formar parte de la redacción de "El periódico de la vida nacional". Ahí, el padre de aquél, del mismo nombre, ganó gran respeto y, a una edad avanzada, llegó a ser subdirector y director del diario en 1963. Fue la misma época en la que el pundonoroso Scherer cumplió su sueño de meterse en 1961 a las primeras planas del prestigiado medio que dominaba la prensa en México en ese tiempo.

Vicente Leñero Otero, a su vez, creyó que el teatro sería su fuente de vida al crear con su hermano mayor Armando y su primo Héctor un mejor escenario, el Teatro de la mariposa como le llamaron. Fue creado para que Luis y él entretuvieran a la familia, especialmente a su hermana Esperanza, cada tarde de sábado, en temporadas que duraban dos o tres meses a lo largo de algunos años. Sin embargo el futuro dramaturgo fue a dar a la facultad de Ingeniería de la UNAM en 1953 sin dejar sus sueños de niño al mismo tiempo en que se inscribió en la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, en la que se tituló en 1956.

Dos mujeres, un camino

Julio Scherer García, a los 28 años, ya era el gran reportero metódico, redactor sensible y brillante, así como disciplinado y muy culto cuando decidió unir su vida a la de doña Susana Ibarra. Esta mujer, de 26 años, sería su inspiración hasta que falleció el 11 de junio de 1989 y en su honor el gran periodista no dejaba de hacer fiesta en casa cada 24 de mayo por ser el día del santo de su esposa. Fue su apoyo en los momentos difíciles y lo enseñó a cumplir con sus deberes de padre de nueve hijos (Pablo, Regina, Ana, Gabriela, Julio, Adriana, Susana, Pedro y María) en forma ejemplar sin descuidar jamás su carrera de periodista de *Excélsior* y luego del semanario *Proceso*. Por eso el ser humano que latía en la piel del reportero se deshizo en lágrimas como nunca al verla en el féretro.

Vicente Leñero Otero, por su parte, aspiraba a escribir obras como las de Héctor Men-

Excélsior unió los caminos de Scherer y Leñero. Foto: Miguel Dimayuga / Agencia Cuartoscuro.

doza, Carballido, Magaña, Luisa Josefina Hernández, Héctor Azar y Juan García Ponce, pero lo más que se le había dado en 1958 era ganar un concurso universitario de cuento con el seudónimo de Gregorio. Así es que la necesidad económica lo llevó por el camino de la literatura al contraer matrimonio con la psicóloga Estela Franco y ser padre de su primera hija, Estela, en 1960, refugiándose en el taller literario de Juan José Arreola, después de haber frecuentado a Juan Rulfo y Arturo Souto.

Al periodista de cepa pura y al escritor en ciernes, parecía impredecible que el destino los uniría algún día en el campo fértil de la información noticiosa y de la interpretación de hechos y personajes trascendentes. Scherer ya vivía con pasión los acontecimientos fragorosos de la inestabilidad social de 1958-59 cuando estalló la huelga ferrocarrilera que tuvo como protagonista a Demetrio Vallejo, así como la agitación de maestros, petroleros, electricistas, telegrafistas y telefonistas que exhibieron la represión del régimen y la falta de libertad de prensa. Mientras tanto, Leñero aprendía a trabajar un texto hasta el detalle hasta que en 1961 el Centro Mexicano de Escritores le concedió una beca que aprovechó para dar forma a la novela *Los Albañiles*, que concluyó en 1962 en el monasterio benedictino de Santa María de la Resurrección, en Cuernavaca. Un año después, en 1963, recibió el premio Seix Barral.

En otro frente, el de una lucha sin cuartel por la apertura gubernamental a la libertad de prensa, Scherer no midió riesgos e inclusive fue tachado de comunista por haber firmado en 1960 un desplegado periodístico a favor de la excarcelación de los presos del movimiento obrero, entre quienes se hallaban figuras relevantes de la izquierda. Luego también por llevar más allá su adhesión al triunfo de Fidel Castro en Cuba en enero de 1959, pues el 17 de abril de 1961 aplaudió el triunfo de los isleños en Bahía de Cochinos sobre el gobierno de John Kennedy. Y, para rematar, Julio publicó en 1963 varias entrevistas con el "rojillo" David Alfaro Siqueiros durante su cautiverio en Lecumberri, que fueron un libro de éxito en 1965.

Ambos periodistas terminaron unidos por su muerte en fechas muy cercanas. Foto: Sergio Garibay / Agencia Cuartoscuro.

Sin poder vivir exclusivamente como escritor, al modo como lo hacía José Emilio Pacheco, Leñero buscó en 1963-64 un sueldo como autor, increíblemente, de telenovelas para el canal 2 de Telesistema Mexicano, a las órdenes de Ernesto Alonso y Luis de Llano. En 1965 cayó, junto con su gran amigo José Agustín, en la revista *Claudia*, dirigida por Ernesto Spota, primo del novelista Luis Spota. El periodismo, por la vía de entrevistas y reportajes, comenzó a atrapar a Vicente al grado de que esos trabajos en la revista mensual los reprodujo después en su libro *Talacha Periodística*, en 1989.

Al periodista consagrado, Julio Scherer García, esos mismos años le servirían para proyectarse a grandes alturas, al fallecer en noviembre de 1962 el Gerente General de *Excélsior*, Gilberto Figueroa, y luego el director del diario, Rodrigo de Llano, el 31 de enero de 1963. Los reportajes y la fama de las entrevistas con el pintor Siqueiros, lo incrustaron en los movimientos internos en la Cooperativa que llevaron al cargo de director a Manuel Becerra Acosta señor, quien nombró a Julio como sub-director en esos años de febril actividad en el medio, líder de la prensa nacional.

Entretanto, Leñero Otero pasó de *Claudia* al semanario *Siempre!*, de José Pagés Llergo, y ya con cuatro hijas (Estela, Mariana, Eugenia e Isabel, apenas nacida en 1970) no podía desprenderse de las labores periodísticas que le aseguraban un sueldo, aunque se dio tiempo para escribir otras dos novelas: *Estudio Q* (1965) y *El Garabato* (1967).

Unidos por la prensa

Julio Scherer García siguió su camino en *Excélsior* hasta llegar a ser electo director en agosto de 1968. Mientras, Vicente Leñero Otero dio a conocer también en 1968 con gran aceptación su primera obra teatral, *Pueblo Rechazado*, iniciadora del "teatro de testimonio" y que determinó para siempre su carrera como dramaturgo. Se animó de inmediato a adaptar Los Albañiles para un buen montaje que el director Ignacio Retes convirtió en éxito sin igual en 1971 y en 1974.

Pero sería en 1972 que el destino enlazaría a Scherer y a Leñero con los nudos de la prensa pues en ese 1972 el gran periodista de México invitó al dramaturgo a colaborar en *Excélsior*, y le encargó la conducción de *Revista de Revistas*. Fue el mismo año en que se estrenó la desafortunada y truculenta versión cinematográfica de *Pueblo Rechazado* con el título de *El monasterio de los buitres*, y justo cuando Leñero acabó de escribir la novela *Redil de Ovejas* y la obra de teatro *El Juicio* (a León Toral y la Madre Conchita).

A partir de entonces establecieron una estrecha relación profesional y amistosa. Y así como Leñero tributó enorme gratitud a Juan José Arreola, por lo que hizo por él en la literatura; a Ignacio Retes, por lo que hizo por él en el teatro, y a Joaquín Díez-Canedo, por lo que hizo por él al publicar sus libros, también mantuvo siempre franco reconocimiento a Scherer por quien aprendió todo lo que sabía de periodismo, y en textos conmovedores dejó plasmado su crédito hacia su gran maestro.

"Reportero, siempre reportero", llama Vicente a Scherer en la contraportada del libro de éste, *Cárceles*, y en el perfil que de él traza en *Lotería: Retratos de compinches*, ensalzándolo hasta la glorificación. "El único sustantivo que sirve para definir a Julio es el de reportero. Como reportero vive, como reportero trabaja tiempo completo, como reportero hace y pierde amigos".

Y continúa sus elogios:

> "Pocos reporteros son, en México, tan reporteros como este Julio Scherer de corazón abierto a la curiosidad (...) Quienes durante años hemos trabajado al lado de Julio aprendimos que el periodismo sólo puede ejercerse plenamente cuando se trabaja con independencia y al servicio de la curiosidad".

En otro apartado de su encomioso texto afirma:

> "Con la ferocidad de un reportero joven, pero con la malicia y el tino de quien ha exudado periodismo durante cincuenta años, Scherer García indaga, registra, mira pero sobre todo pregunta. Pregunta. Pregunta siempre, impertinente, firme, con urgencia por saber. Y es el lector el que termina sabiendo, agradecido".
>
> "A Julio se le mira mal por ese afán machacón, pero por eso mismo se le admira. Lo admiramos por muchas cualidades más sus amigos: porque nos ha enseñado a lanzar preguntas a la realidad y a vivir, con pasión, el trabajo que hacemos".

Julio Scherer, a su vez, siempre destacó la lealtad de Leñero, probada en circunstancias de todo orden, empezando por la solidaridad que le manifestó durante el llamado "Golpe a *Excélsior*", asestado por el Presidente Luis Echeverría en julio de 1976, y la mano firme demostrada a la hora de fundar y conducir el semanario *Proceso* a partir de noviembre de ese mismo año.

Unidos por las exigencias de la prensa, Scherer y Leñero siguieron el mismo camino de la búsqueda de la verdad y de la crítica en otro espacio propio, dándose tiempo Vicente para escribir en 1978 *Los Periodistas*, con el fin de novelar los hechos de aquel fatídico julio de 1976 y hacer pasar a la historia a Julio como protagonista de aquel suceso histórico que contribuyó a roturar la vía de la democracia y de la libertad de prensa en México.

Unidos por los afanes de la prensa, Scherer y Leñero dejaron en manos jóvenes el destino de *Proceso* en 1996, para dar curso a su vocación de escritor, el primero, y de dramaturgo y guionista el otro, pero sin desentenderse del todo de la conducción del semanario.

Y, unidos por siempre en la amistad, uno se fue de este mundo detrás del otro. Leñero falleció en diciembre de 2014, y Scherer lo siguió en enero de 2015. Dos baluartes de la cultura en México terminaron también unidos por el adiós terreno en fechas muy cercanas.●

José Luis Esquivel Hernández es periodista y académico de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Es autor de libros como *Periodismo preguntón en diez lecciones* y *Periodismo cultural*.

Del periodismo al análisis de los medios

Los estudios mediáticos de Granados Chapa

> “Si bien el propio creador de la columna ‘Plaza Pública’ prefirió entenderse a sí mismo ante todo como un periodista, rol en cuyo desempeño sería mayormente conocido, es importante resaltar otro ángulo de su trayectoria: aquella que lo señala como uno de los pioneros en el estudio del desarrollo de los medios del país.”

Alma Rosa Alva de la Selva

Pocos como él para encontrar las palabras precisas, tan sobrias como contundentes en el esfuerzo por ofrecer una perspectiva sobre los acontecimientos, al tiempo de reivindicar la función social del periodismo. Pero sólo algunos han sido también quienes han logrado sumar a lo anterior el ejercicio crítico y el análisis sobre los problemas de la comunicación en México, nutrido por la reflexión propia de la academia.

Por ésas y otras razones, no obstante cuatro años de su desaparición física, la figura de Miguel Angel Granados Chapa continúa presente. Y ante los momentos que corren, de agresiones a la libertad de expresión o del discurso promocional para las “verdades históricas” o las versiones oficiales (difundidas impunemente por los grandes consorcios mediáticos), la trayectoria de ese periodista crítico e implacable comprometido con las causas democráticas se crece.

¿Cómo definir a Granados Chapa? ¿Como un periodista, un intelectual, o bien como un visionario “escrutador” sobre el funcionamiento de los medios en México, en tiempos en los cuales tal tarea era por demás escasa en el país? Responder a lo anterior no resulta sencillo ante las distintas facetas del ejercicio profesional del hidalguense que tendría en las páginas de la prensa un espacio permanente a lo largo de los años.

Si bien el propio creador de la columna ‘Plaza Pública’ prefirió entenderse a sí mismo ante todo como un periodista, ejercicio en cuyo desempeño sería mayormente conocido, es importante resaltar otro ángulo de su trayectoria: aquella que lo señala como uno de los pioneros en el estudio del desarrollo de los medios del país.

En efecto, sería Granados Chapa, en su paso por las aulas y aunque sin pretender precisamente constituirse como un académico, quien haría énfasis en el compromiso por asumir de los estudiosos de la comunicación para revisar un repertorio de temas hasta entonces insuficientemente atendidos. Son varios los ensayos y textos donde, quien fuera profesor de varias generaciones en la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva en la UNAM, plasmó sus análisis sobre los medios.

Uno de sus primeros trabajos y que se convertiría en referente fue *La televisión de Estado: en busca del tiempo perdido*, publicado en 1976. Se trata, a juicio nuestro, de uno de los más importantes trabajos de Granados Chapa, quien documentaba la secuencia mediante la cual, en medio de presiones e intercambios políticos entre los industriales, el gobierno en turno y otras instituciones estatales, se había dado a luz el nuevo marco legal que, a propósito del surgimiento de la televisión, habían venido buscando desde años atrás aquéllos y sobre el cual se manifestaron por demás complacidos: la Ley Federal de Radio y Televisión. Sin duda puede considerarse éste un análisis fundamental para investigaciones posteriores que se dedicarían a revisar el desarrollo de los medios electrónicos mexicanos y su legislación desde la perspectiva de la correlación de fuerzas entre los actores políticos involucrados (por ejemplo, de la llamada “Ley Televisa” o la “Reforma de Telecomunicaciones”, pasando por diversos momentos y etapas de ese proceso).

Y es que ese texto no se detenía en el episodio mencionado de la promulgación de la ley de 1960, ya de suyo importante. Su alcance fue mayor al mostrar con claridad cómo la intención estatal en esos momentos de contar con espacios y participar como emisor en la radio y la televisión, en el contexto de una correlación de fuerzas donde se hacía evidente el creciente poder de los industriales, devino en una situación de privilegio más para los concesionarios, de “exención fiscal” (Granados Chapa, 1976).

Granados fue uno de los pioneros en el estudio del desarrollo de los medios del país. Foto: Moisés Pablo / Archivo Agencia Cuartoscuro.

Otro trabajo significativo para la investigación fue el presentado en un evento académico universitario realizado en 1978 y donde el ya por entonces experimentado periodista hacía alusión a la decana de los "medios electrónicos" en el país. Ese ensayo fue el espacio donde Granados señaló que, no obstante su evidente relevancia en la vida nacional, "La radio sigue siendo hoy probablemente la gran desconocida de los medios de comunicación" (Granados Chapa, 1978).

Y hacía notar, a propósito del concentrado interés de analistas en la pantalla chica, que "… las solas cifras de hogares con radio y hogares con televisión" –donde en aquella época los primeros eran más del doble que los segundos-, bastarían para darnos una señal del grado de preocupación que la radio debiera merecernos (…) y sin embargo, sabemos tan poco de la radio".

Asimismo, ese trabajo motivaría a quienes comenzaban a interesarse por la investigación sobre los fenómenos y problemas de la comunicación en México, a internarse en esa veta hasta entonces poco explorada y a buscar comprender su evolución.

En *Excélsior y otros temas de comunicación*, escrito en 1980, Granados Chapa reflexionaba sobre el episodio conocido como "el golpe a *Excélsior*" (como se sabe, ocurrido en 1976). Mientras que en *Examen de la comunicación en México* (1981), presentó un conjunto de análisis sobre la prensa y la radio mexicana que se convertiría en texto/multicitado en el campo académico.

En ese mismo año el profesor publicó en la revista de la entonces incipiente Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) su análisis "1970-1976: Un Sexenio de Comunicación" trabajo en el cual revisó los acontecimientos en la materia, así como la política de comunicación correspondiente al régimen de Luis Echeverría Alvarez. Igualmente ese texto llamó la atención de muchos sobre la importancia de revisar las acciones gubernamentales en materia de comunicación social.

Era claro, pues, que el desarrollo de los medios en el país constituía un tema de interés permanente para el periodista en su faceta académica, quien en razón de ello alentó la vocación por investigar en múltiples estudiantes, además de impulsar esa línea entre los docentes. Cabe resaltar que el asunto era abordado con frecuencia también en sus trabajos periodísticos a lo largo de su trayectoria en diferentes

medios, donde a los "datos duros" con los cuales documentaba sus afirmaciones, agregaba el análisis político y el de coyuntura.

Sin embargo, una faceta sobre el funcionamiento de los medios de comunicación en el país donde Granados fue uno de los pocos que abrió brecha fue el de la legislación de los medios. En momentos en los cuales ese asunto era acometido casi exclusivamente por estudiosos del ámbito jurídico, el entonces profesor acicateaba a sus alumnos a entender la lógica jurídica y sus principios fundamentales y a relacionar el régimen legal de la comunicación con el sistema político. Fueron muchos los trabajos donde el también periodista hizo un análisis conjunto de ambas dimensiones, fórmula que diera como resultado trabajos con una perspectiva más amplia.

A ello ayudaba su formación interdisciplinaria: con herramientas analíticas del Derecho y el Periodismo (en momentos en que aún no emergían las "Ciencias de la Comunicación"), y años después de la historia, Granados Chapa buscaba una visión más amplia de los fenómenos de la comunicación social en México. Esa fue una de las razones por las cuales sus análisis y visiones críticas sobre un suceso determinado se convirtieron de útiles en indispensables para quien buscase comprender los factores de fondo que los impulsaban. Y hoy más aún, ante la escasez de voces críticas, esos trabajos resaltan el vacío que no se ha podido llenar.

En ese sentido hoy no faltan ocasiones en las cuales, quienes conocimos su trabajo y aportaciones, nos hayamos planteado ante los aconteceres mediáticos que se registran y en medio del despliegue de los nuevos escenarios digitales, cuáles serían sus opiniones y a qué aspectos apuntarían sus análisis…

Es posible afirmar asimismo que actualmente, con todo y el paso de los años, tanto los trabajos de corte académico del periodista hidalguense como los publicados en sus espacios diarísticos continúan siendo referidos en estudios sobre el desenvolvimiento de los medios mexicanos.

Mas no sólo esos textos continúan siendo aplicables. Habrá que decir que, a casi cuatro décadas de sus esclarecedoras afirmaciones vertidas en trabajos varios, el déficit de conocimiento sobre las realidades de la comunicación del país no ha sido cubierto del todo. Hoy, de frente a un panorama mediático complejo, imbricado con la convergencia, vale recuperar la pregunta que el autor de la famosa columna 'Plaza Pública' lanzara a propósito de la radio, pero que muchos años después resulta vigente y por ello puede hacerse extensiva a los nuevos problemas de la comunicación en México en los tiempos que corren.

Entre otras preguntas que salen al paso se encuentran, por ejemplo ¿qué sabemos y qué no sabemos sobre el desarrollo en México de los nuevos escenarios digitales?, ¿cuáles son las pautas que guían el desarrollo en el país para construir la llamada *Sociedad de la Información*?, ¿cuáles son las correlaciones de fuerzas que están impulsando las nuevas coordenadas jurídicas requeridas para los grandes proyectos de expansión?, ¿qué estuvo en juego en las negociaciones del caso?, o bien ¿qué papel jugó realmente el Estado en ésos y otros procesos?

Responder a ésas y otras preguntas, acicateados por las inquietudes de Miguel Angel Granados Chapa, obliga a pensar sobre los muchos retos y asuntos pendientes de la investigación de la comunicación mexicana hoy.●

Bibliografía

- Granados Chapa, M. Á. (1978). La Radio en México. En V. autores, *Prensa y radio en México* (pág. 48). México, DF, México: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación.
- Granados Chapa, M. Á. (1976). La televisión de Estado. En busca del tiempo perdido. *Nueva Política*, *1* (3).

Alma Rosa Alva de la Selva es investigadora en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Doctora en Ciencias Políticas y Sociales por esa misma universidad.

Revista El Cotidiano

Ediciones Eón

Un examen de conciencia

El periodismo de Granados Chapa

> “Miguel Ángel Granados Chapa (1941-2011) fue ejemplo por más de 40 años para las nuevas generaciones de periodistas. Su columna ‘Plaza Pública’, fue la más longeva de la historia del periodismo mexicano y con más oficio de América Latina. Se publicó por primera vez en 1977 y por última vez en 2011: ‘Ésta es la última vez que nos encontramos. Con esa convicción digo adiós’, se despedía en su última entrega, a tan sólo dos días de su muerte.”

Maricarmen Fernández Chapou

Era, su pluma, una escuela de buen periodismo: “Escribir una columna diaria es una tarea ardua y gratificante; hay que lidiar con las exageraciones, la simpleza, la chabacanería que pueblan los periódicos. Leer y pensar antes de escribir, porque sorprender al lector únicamente es posible cuando el columnista tiene los ojos, los oídos y la imaginación despiertos a la realidad”, enseñaba.

Y es que Granados Chapa se describía a sí mismo como un pensador liberal de izquierda –“porque desde chico mamé la pobreza y la injusticia”– que le debía respeto a la persona, a la tolerancia y a la expresión de las ideas en una sociedad. En sus análisis, a menudo incisivos y agudos, de la política mexicana, siempre pretendía explicar y discutir: “Es un camino riesgoso, pero también por eso significa un desafío”, expresaba.

Recibió numerosos reconocimientos y homenajes, entre ellos el Premio Nuevo Periodismo CEMEX/FNPI, de manos de Gabriel García Márquez, en 2009, por “una práctica profesional de excelencia en los campos del periodismo radial, televisivo y, especialmente, escrito, lo que lo llevó a adquirir un inmenso prestigio y audiencia en su país. Su credibilidad lo convirtió en una de las voces más influyentes en la conciencia política mexicana”.

> “En los años recientes, que son ya los del ocaso, –dijo en aquella ocasión– he sido destinatario (beneficiario estaría mejor decir) de no pocas y siempre inmerecidas distinciones… Las aprecio en su justo valor, pero con ellas en el corazón compruebo que la mejor recompensa para un hombre que ha tenido algo que decir consiste en tener lectores, oyentes e interlocutores no diluidos en la penumbra de la multitud sino encarnados en personas a las que me enorgullece estrechar su mano”.

En una vida dedicada en el periodismo, oficio al que incursionó en 1964, hizo de todo: fue reportero, cronista parlamentario, editor, articulista y columnista político, y tuvo funciones directivas.

> “No sé si la Providencia (a la que siento presente no sin un dejo supersticioso y como remanente de una creencia erosionada por el espectáculo de la miseria humana) o el azar o la fortuna, hicieron de mí una persona privilegiada, siempre rodeada de amor y amistad, que convirtieron en su contrario las horas de desgracia y llanto. Compartí con valiosos y valerosos compañeros la fundación de publicaciones, a veces surgidas del infortunio trocado en ventura, que modificaron el rostro y acaso el alma del ejercicio periodístico, que en el sistema político autoritario que dominó a México y que no ha sido suprimido por entero, contribuyó a que los sectores más vitales de la sociedad empujaran la historia hacia delante para convertir a sus miembros de súbditos en ciudadanos”, rememoraba en su discurso.

Miembro de número de la Academia Mexicana de la Lengua –ocupó la silla 19–, su trayectoria fue, como lo dijera en su momento Carlos Monsiváis, “intachable y admirable por su resistencia a los poderes y las presiones”. Así lo mostró en múltiples capítulos de su trayectoria profesional, desde su participación protagónica en las luchas por un periodismo sin concesio-

La pluma de Granados es una escuela de buen periodismo. Foto: Pedro Valtierra / Agencia Cuartoscuro.

nes, en julio de 1976, cuando junto con Julio Scherer García saliera del periódico *Excélsior* para fundar la revista *Proceso*; hasta sus últimos tiempos, en los que fuera incluso demandado por presunta difamación a raíz de sus denuncias contra cacicazgos en Hidalgo, en su prólogo al libro *La Sosa Nostra*, de Alfredo Rivera.

> "He tomado parte activa en la lucha por la libertad de expresión y de información y por contar con medios independientes del Estado", aseguraba. "Conté entre los periodistas expulsados de *Excélsior*, a la cabeza de los cuales brilló Julio Scherer.
>
> Ese caso figura en los anales de la prensa en su pugna contra el poder arbitrario y representó la posibilidad de una respuesta pronta y eficaz a la represión gubernamental, pues un sector importante de la sociedad civil cobró conciencia de que era necesario, y por ello posible, apoyar la respuesta de profesionales de la prensa dispuestos a no dejarse derrotar por el poder."

De la universidad y la modernidad

También abogado, historiador y maestro; Miguel Ángel Granados Chapa reconocía a la universidad como la vía natural de acceder al "mejor oficio del mundo":

> "Tras un desempeño escolar más que notable (según repetían las buenas lenguas) en la pubertad se hizo notorio mi apetito por la información. Gilberto Chapa, hermano menor de mi madre, era lector de periódicos, y como su soltería se prolongó más allá de lo usual, se interesaba por sus sobrinos y me comunicó su afán de consumidor de diarios y revistas. Fue imperceptible, pero indudable, el tránsito que me llevó de absorber la información periodística al deseo de trabajar en su producción.
>
> Demasiado formal para mis años y mi condición –contaba Granados–, en vez de improvisarme periodista en el diario local, resolví estudiar la licenciatura correspondiente en la Universidad Nacional. Hacía menos de diez años en el momento de mi elección, 1959, que esa carrera había sido incluida en la nueva Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales. Mi interés básico por la profesión se acrecentó cuando supe que ese era el enfoque de la enseñanza universitaria del periodis-

mo, el que se aproxima a los rigores de la investigación social pero no descuida la expresión que comunica sus resultados. Para compensar la no declarada pero inequívoca desilusión familiar porque no estudiaba derecho el primer miembro de la familia que haría estudios superiores, me inscribí también en la escuela de leyes de la misma Universidad Nacional. Fue un acierto no deliberado, pues la sabiduría jurídica, con todo y su inerte formalidad, me ha sido singularmente útil en mi trabajo periodístico, pues se precisa en México salvar la ancha distancia entre el dicho de la ley y la práctica social".

La Universidad le abrió las ventanas al mundo:

"Era yo un lector módico y en las escuelas de la UNAM y sus bibliotecas descubrí las obras y las ideas que procuraban explicar ese mundo. Comprendí que ese intento de comprensión sería tarea inacabable, porque la vida fluye constantemente y siempre es nueva y requiere de asedios permanentes para encontrar su sentido. Como miembro de una familia que apenas cumplía socialmente los mandamientos de la Iglesia aunque buscaba convertir los otros, los de la ley de Dios en regla de vida, era yo un católico superficial. Carente de cultura religiosa pues nunca asistí a escuelas privadas donde se enseña el credo de la religión mayoritaria, tuve el privilegio de conocer, en los dominicos de la parroquia universitaria no la fe, que ella proviene de la gracia, don gratuito que a pocos se otorga, sino una creencia viva, más cercana a una convicción filosófica pero endulzada por sentimientos de fraternidad y solidaridad.

En aulas dominadas por la enseñanza del marxismo, me resistí al dogma pero me quedé con uno de los trasfondos del pensamiento socialista, el que pone la justicia en el centro de la vida sin renunciar por ello a la libertad y a la democracia. Percibí también que contra la prédica mendaz y rencorosa del anticomunismo mercenario, los jóvenes revolucionarios con quienes conviví en los felices años universitarios vivían noble y libremente sus ideas."

Solía impartir sus discursos sin apoyos, como de memoria, sin vacilaciones ni titubeos. Dos años antes de su muerte, como uno más de los muchos homenajes que recibiera, se encontró con alumnos de periodismo en el Tecnológico de Monterrey:

"Me complace particularmente tenerlos a ustedes, muchachas y muchachos, jóvenes, como interlocutores esta mañana, por una circunstancia que nos une: Yo estuve sentado en un lugar semejante al que ocupan ustedes en sus aulas. Como ustedes, yo decidí ser periodista a través de una carrera universitaria. No me arrepiento nunca de haberlo hecho y estoy cierto de que si ustedes han practicado el debido examen de conciencia que los tiene aquí no se arrepentirán tampoco de haber elegido este oficio, esta profesión", les dijo.

"Quienes no hayan practicado ese examen de conciencia –sentenciaba– más vale que lo realicen cuanto antes, porque pudiera ocurrir que si lo piensan dos veces, si lo piensan a fondo, decidan que no es este el camino que quieren recorrer. Pero si la conclusión es la contraria, si después de sumergirse en su propio yo, concluyen que quieren ser periodistas, las y los felicito por esa decisión.

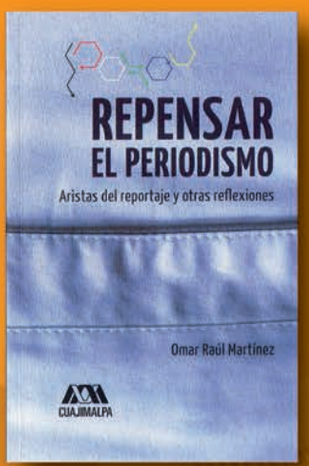
Esta tarea que ustedes comienzan ha de ser desde su preparación académica. Es una tarea que puede resultar muy gratificante porque puede ser muy servicial y, si una vida, desde mi punto de vista, tiene sentido, es cuando dispone de capacidades para servir a los demás. La vida en comunidad sólo es posible en la convivencia que nos hace interdependientes. Siempre necesitamos de los otros, y hay oficios, el nuestro es uno de ellos, en donde esta capacidad de cobrar necesidades distintas de las nuestras propias aparece mucho más clara. Por eso las y los felicito si han resuelto después de este examen de conciencia, ser periodistas".

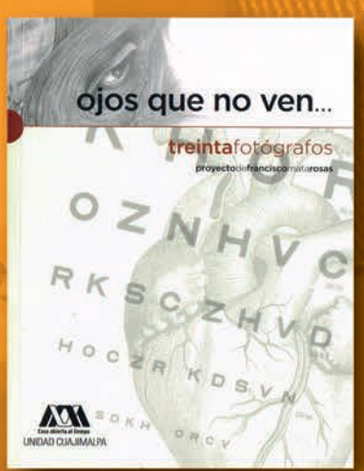
Y, pese a la modernidad, consideraba a los jóvenes como las semillas que darían fruto a un mejor periodismo, "este oficio tan necesario", aun con los desafíos de la tecnología de la que se declaraba "ajeno a mis nociones premodernas".

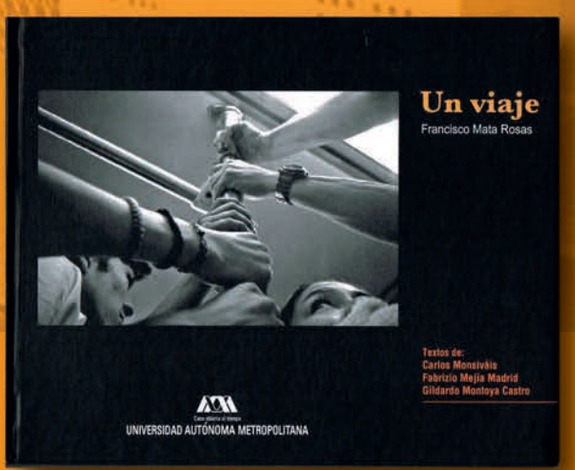
"La modernidad no nos va a tomar por sorpresa, no nos va a derrotar, sino al contrario, va a ser una sumisa servidora en nuestra decisión de ser periodistas. La modernidad es un instrumento, la tecnología es un instrumento que vamos a dominar, que dominamos ya, y que va a contribuir a que se expandan nuestras posibilidades de servicio, que es en último término de lo que se trata", concluía dos años antes de su partida.●

Maricarmen Fernández Chapou es profesora e investigadora en el Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México. Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid.

Publicaciones del
Departamento de Ciencias de la Comunicación







10 años
2005 – 2015
Casa abierta al tiempo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Cuajimalpa

División Ciencias de la Comunicación y Diseño

Desapariciones en México y Granados Chapa

Su actividad en defensa de los derechos humanos

> “Más conocido en su faceta de analista político, para el abogado y periodista Miguel Ángel Granados Chapa, sin embargo, nada de los derechos humanos le era ajeno. El principal déficit de los más recientes gobiernos, ese que podemos calificar de gran débito histórico de las autoridades federales, estatales y municipales hacia las víctimas y sus familias que es la tragedia humana de decenas de miles de desaparecidos en sexenios recientes, fue una de sus preocupaciones cotidianas. En julio de 2009 Granados escribía y describía que, para infortunio de todos, en violaciones a los derechos humanos no hemos transitado del autoritarismo a la democracia.”

José Reveles

En esa ocasión, Granados aludía a la comparecencia del entonces secretario de Gobernación, Fernando Gómez Mont, en representación del Estado mexicano, a una audiencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos sobre el caso Rosendo Radilla Pacheco. Se trataba de un ex alcalde priista de Atoyac de Álvarez ilegalmente detenido el 25 de agosto de 1974 por sospechas de servir a la guerrilla de Lucio Cabañas y acusado de componer corridos a ese luchador social y cantarlos. Fue víctima de desaparición forzada.

Gómez Mont diría el 7 de julio, hace más de seis años, en San José de Costa Rica, que “la evolución institucional en materia electoral, de seguridad y de derechos humanos que ha habido en México durante los últimos treinta años, impedirían que un caso así se repitiera”.

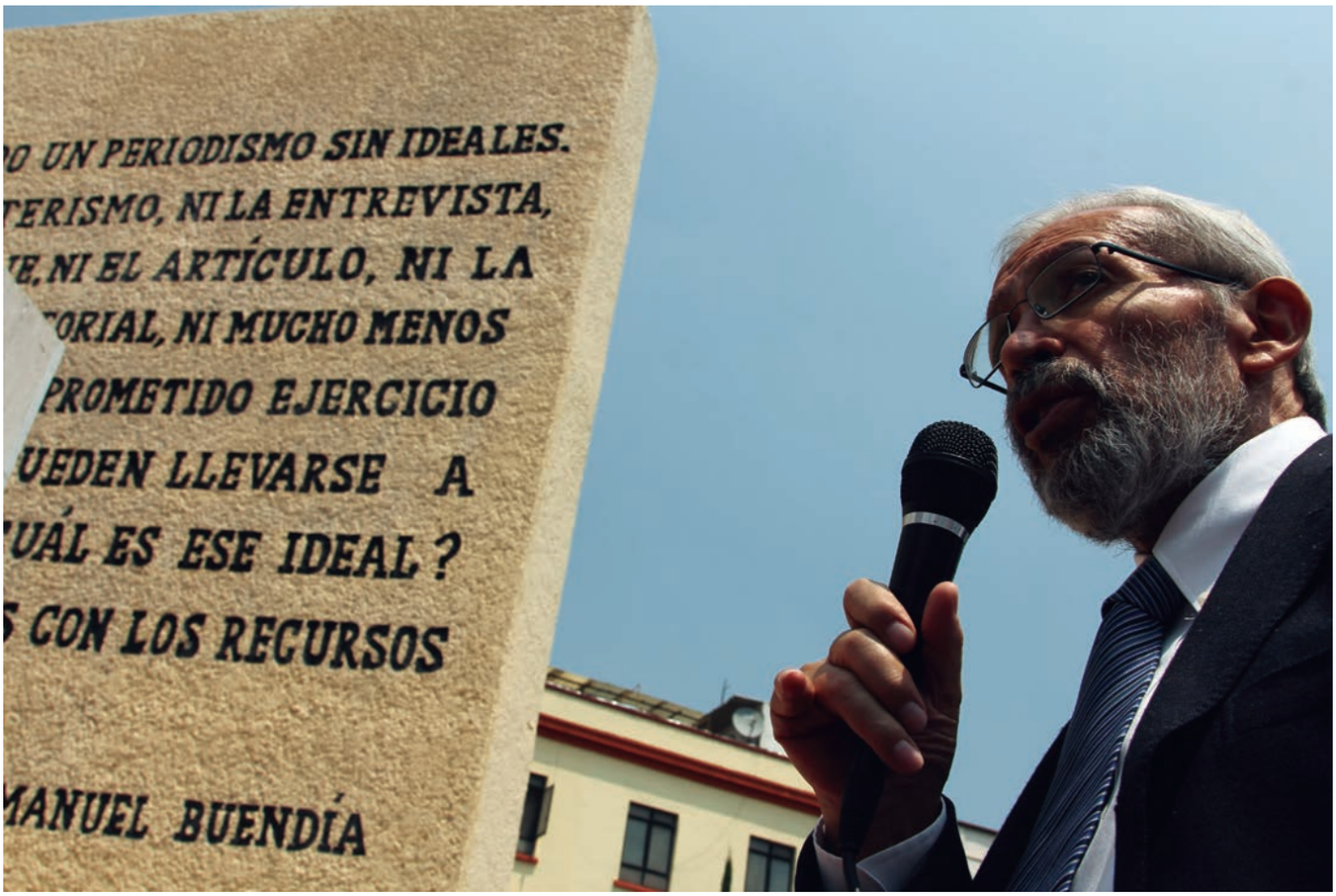
El secretario de Gobernación, apuntaba Granados Chapa, “puede hablar de esa guisa en el extranjero, pero no podría sostener aquí que esa etapa del Estado autoritario se ha superado”, porque mostraría falta de información o de plano mentiría. “En materia de derechos humanos, Felipe Calderón no se distingue de Luis Echeverría ni Gómez Mont de (Mario) Moya Palencia: hoy se hace desaparecer a personas con la misma naturalidad e impunidad que hace 35 años”.

Tan le asistía la razón al columnista fallecido en octubre de 2011, que hoy la sociedad continúa viviendo la crispación y la indignación provocadas por la desaparición forzada de 43 jóvenes de la Normal Rural Raúl Isidro Burgos de Ayotzinapa, en Iguala, durante una acción colectiva y coordinada de criminales del Cártel de los Guerreros Unidos, policías municipales, estatales y federales, además de elementos del 27 Batallón del ejército, en la noche del 26 al 27 de septiembre de 2014.

La dimensión de la cacería de normalistas –en la que hubo seis asesinatos y lesiones contra 40 personas más– rebasa todo límite imaginable y coincide con el análisis del columnista cuando, seis años atrás, denunciaba la desfachatez con la que Gómez Mont, en la época, al igual que otros funcionarios públicos lo hacen hoy, defendía a los militares.

Quienes denuncian excesos de la milicia (eran tiempos de Felipe Calderón) están movidos por una “insensatez” política y por un “prejuicio inaceptable”, decía Gómez Mont. En el actual gobierno de Enrique Peña Nieto, Roberto Campa Cifrián, subsecretario de Derechos Humanos de la misma Secretaría de Gobernación, afirmó que Iguala “no es el reflejo de México”, tal como Jesús Murillo Karam, cuando era procurador de la República, negó que Iguala fuera “el estado mexicano”.

En el discurso oficial, la masacre de Iguala fue una excepción a la regla, fue un hecho “absolutamente extraordinario” y no generalizado, de



A Granados Chapa nada de los derechos humanos le era ajeno. Foto: Enrique Ordóñez / Agencia Cuartoscuro.

ninguna manera un reflejo de nuestra realidad, según argumentaría Campa Cifrián.

Esta percepción (¿convicción, versión para consumo doméstico e internacional o verdad oficial?) del gobierno mexicano se difundía en respuesta al informe preliminar de una misión del más alto nivel de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) cuyos integrantes hicieron una visita "in loco" (en lugares especialmente conflictivos) a México en septiembre-octubre de 2015.

La misión de alto nivel de la CIDH visitó Ayotzinapa, Iguala y otros sitios de Guerrero; casas de migrantes como La 72 de Tenosique, Tabasco; dialogó con víctimas en Veracruz, Nuevo León, Distrito Federal; también en Tamaulipas y otros sitios del país. En todos los casos, las constantes que se escucharon fueron la violación de los derechos humanos, la extrema inseguridad y la violencia, la falta de acceso a la justicia, una impunidad rampante; cateos ilegales, detenciones arbitrarias y tortura como prácticas consuetudinarias, la desaparición forzada y otros abusos imperantes en el país.

La CIDH constató "la grave crisis de derechos humanos" que ha vivido México en años recientes.

Encabezado por la presidenta de la CIDH Rose Marie Belle Antoine, el grupo concluyó que lo que hoy ocurre es resultado de "una situación estructural que se padece aquí desde hace décadas". La magnitud, frecuencia y gravedad de las desapariciones de personas en México es "alarmante", sobre todo si se refiere a la práctica de ese delito de lesa humanidad atribuible a agentes del Estado o a su participación, aquiescencia y tolerancia en la comisión de las desapariciones.

Falta de justicia, impunidad estructural, repetición de las prácticas más abusivas y el peligro de su perpetuación generan un clima en el que "las amenazas, hostigamientos, asesinatos y desapariciones que buscan verdad y justicia han generado un amedrentamiento en la sociedad, creando un problema grave de sub-registro en las cifras oficiales".

Durante muchos meses los expertos internacionales no lograron que se les permitiera interrogar a soldados y oficiales del 27 Batallón con sede en Iguala. Reiteró la negativa a esa sola posibilidad el general secretario de la Defensa Nacional, Salvador Cienfuegos, a principios de octubre de 2015. "Yo no puedo permitir que a los soldados los traten como a criminales" y menos se van a someter a un interrogatorio de extranjeros, porque "las leyes no lo permiten; no me queda claro ni puedo permitir que interroguen a mis soldados

Rosario Ibarra participó junto a Granados en la COMED.
Foto: Misael Valtierra / Agencia Cuartoscuro.

que no cometieron hasta ahora ningún delito (en la masacre de Iguala). ¿Qué quieren saber? ¿Que qué sabían los soldados? Está todo declarado", pero ante el ministerio público.

"El ejército es garante de la soberanía nacional, el Ejército acude a los tribunales y se sujeta a proceso… pero solo ante las instituciones mexicanas".

El secretario Cienfuegos confirmó que uno de los 43 normalistas cuya aparición con vida exigen los familiares, fue militar en activo (Julio César López Patolzin) y reiteró la versión de que elementos del 27 Batallón estaban atendiendo un derrame de combustible en una carretera cercana y no intervinieron esa noche en los ataques y detenciones porque no hubo pedido explícito de la autoridad municipal. Hay, sin embargo, diversas fuentes que ubican a elementos castrenses en diferentes momentos y sitios de la agresión masiva.

Activismo social

Granados Chapa transitó con toda naturalidad de las convicciones que expresaba en sus escritos a la aceptación de incorporarse a una comisión de intermediación y búsqueda de los viejos militantes del EPR (Ejército Popular Revolucionario) Edmundo Reyes Amaya y Gabriel Alberto Cruz, desaparecidos el 25 de mayo de 2007 en Oaxaca.

En esa comisión (COMED por sus siglas) Granados compartió afanes con el escritor Carlos Montemayor, la dirigente del grupo Eureka y ex senadora Rosario Ibarra, el obispo Samuel Ruiz García, el ex rector de la Universidad Autónoma de Guerrero Enrique González Ruiz, así como el antropólogo Gilberto López y Rivas.

Hubo nulos resultados durante el primer año de existencia de la comisión de mediación por falta de voluntad e interés del gobierno, señalaron sus integrantes cuando decidieron disolverla en abril de 2009. Volvieron después a la mesa de negociaciones a petición de Presidencia y Gobernación.

Se llevaron a cabo reuniones con familiares de los desaparecidos, con la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, con representantes de la Oficina de la Alta Comisionada de Naciones Unidas para el tema, pero ni siquiera se había nombrado a un representante gubernamental permanente. El Partido Democrático Popular Revolucionario-Ejército Popular Revolucionario (PDPR-EPR) aceptó respetar una tregua en 2008. Ni ataques a ductos de Pemex ni acciones armadas u hostigamiento a autoridad alguna.

Hoy la sociedad continúa viviendo la crispación y la indignación. Foto: "Marcha aniversario Ayotzinapa" por CIDH / Flickr.

El 14 de agosto de 2008 la COMED concluyó que el ejército participó activamente en el operativo del 24 de mayo de 2007 en el hotel El Árbol, en la capital de Oaxaca, acordonando la calle para ingresar en el inmueble. Los militares llegaron después de una denuncia telefónica "anónima" al 066, que en realidad hizo Celedonio Santiago Ojeda hacia las 10:30 de la mañana, "quien había trabajado en el ejército durante 16 años, en áreas de inteligencia militar, experiencia que le ayudó a identificar la introducción de armas largas (AR-15) en el hotel", puntualizó la comisión, la cual aludió a los intentos del entonces subsecretario de la Defensa Nacional, general Tomás Ángeles Dauahare, de establecer contacto con el EPR para evitar más acciones violentas de esa organización armada.

El columnista Miguel Ángel Granados Chapa ya no vivió para elaborar el informe final de la COMED, que hizo un balance de sus acciones y la nula respuesta gubernamental, en noviembre de 2012:

"El sexenio que está por concluir, encabezado por Felipe Calderón Hinojosa, ha sido negativo en materia de derechos humanos en general y de búsqueda de justicia en particular. No solamente se vulneran sistemáticamente las prerrogativas de las personas, sino también se impide un eficaz acceso a la justicia. La sociedad mexicana no ve al Estado como el protector de sus derechos y el garante de sus oportunidades, sino como un aparato corrupto e ineficaz.

"La inoperancia de los aparatos de procuración y administración de justicia en México, en este caso, es más que evidente. Nada justifica la total ausencia de resultados en la investigación de un crimen de lesa humanidad… Y en la desaparición forzada de Edmundo Reyes Amaya y Gabriel Alberto Cruz Sánchez es notoria la absoluta carencia de resultados. Ninguna declaración de buena voluntad suple a la auténtica voluntad política de resolver el asunto".

Como si nada hubiera cambiado en tres años, la comisión expresaba que esos nulos resultados justificaban "la intervención de instancias internacionales, como el Grupo de Trabajo de Naciones Unidas sobre Desapariciones Forzadas, en la búsqueda de so-

luciones reales a este gran problema. A ningún mexicano agrada que nuestro país sea visto en el extranjero como contumaz violador de los derechos humanos, pero esto es resultado de la impunidad que prevalece y que es cobijada desde el poder".

Entre los firmantes de la COMED se habían agregado Miguel Álvarez Gándara, Jorge Fernández Souza, Dolores González Saravia, Gonzalo Ituarte y este signo (+) acompañaba los nombres de Granados, Montemayor y Samuel Ruiz.

"Matanza silenciada"

Con este par de palabras tituló Granados Chapa su "Plaza Pública" en el diario *Reforma* el 9 de octubre de 2008. Daría a conocer ese día en su columna una tragedia que no había sido publicada en medio alguno por la época: la masacre de al menos 23 personas, niños y adultos, además de decenas de heridos en Tlatlaya.

El mismo número de muertos, en el mismo poblado en donde seis años después ocurriría una ejecución extrajudicial colectiva. Y en ambos casos la presencia de tropas del ejército. Esto reportó Granados, quien en varias ocasiones difundió primicias noticiosas en su espacio habitual:

> "Al mediodía del lunes 18 de agosto pasado, el tianguis que se sitúa al lado del templo parroquial en San Pedro Limón, un poblado en el municipio de Tlatlaya, distrito de Sultepec, estado de México, fue interrumpido de manera brutal. Llegados a bordo de tres vehículos, una veintena de individuos con el rostro cubierto y con vestimenta de tipo militar disparó sus armas, AR-15 y AK-47, contra la pequeña multitud que trajinaba en el lugar. Murieron por lo menos 23 personas, niños y adultos, y decenas más resultaron heridas. No pareció que buscaran a alguien en particular contra el que dirigieran su ataque. Su blanco era gente común y corriente, desconocida de los agresores. Se cree que no todos se marcharon al concluir su estúpida y sangrienta acción, sino que algunos de ellos se quedaron en la zona para tener control sobre lo que allí ocurriría".

El autor de "Plaza Pública", con su pulcra redacción acostumbrada, revelaba enseguida:

> "Con ser excesivo, no fue eso lo peor. Rato después de la inesperada embestida, que dejó pasmados a los sobrevivientes, quienes no acertaban a decidir qué hacer, llegaron al lugar otros vehículos, esta vez ocupados por miembros del Ejército. Estos retiraron los cadáveres, recogieron los casquillos y limpiaron la escena. Despojaron de sus teléfonos celulares a los espantados vecinos y visitantes y se las arreglaron para hacerles saber que era preferible que no se supiera nada de lo ocurrido. Quizá disuadieron también al personal de la agencia del Ministerio Público, incluidos agentes ministeriales, que supieron de los hechos pero no cumplieron sus funciones, pues no se inició averiguación previa alguna".

Este ataque a la población civil fue comparado por Granados con el de un mes después, perpetrado en la noche del Grito de Independencia en la plaza principal de Morelia (inclusive más estremecedor, pues hubo tres veces más víctimas mortales en Tlatlaya que en Michoacán), pero no sólo por ese mayor número de asesinados, "sino por las acciones y omisiones de las autoridades, encaminadas a ocultar lo sucedido en vez de investigar los hechos y perseguir a los responsables".

Si uno analiza las conclusiones del periodista, podrá hallar la inconfundible huella de una impunidad acumulada, la misma que llevó a que se pudiera perpetrar otra matanza allí mismo, en Tlatlaya, y que fuera posibilitada la desaparición forzada de 43 jóvenes normalistas en Iguala.

> "El silencio que hasta este momento, en que lo rompemos, ha rodeado a la gran matanza de San Pedro Limón ha sido posible por la profundidad de la intimidación lograda por el atentado mismo y por la presencia militar complicitaria. Se comprende que los pobladores se sientan inermes, presos en la tijera de esos dos factores, y accedan a no hablar de lo ocurrido, temerosos de que la crueldad que mató sin causa a 23 personas agregue a su cuenta nuevas víctimas. La Procuraduría General de la República, la Secretaría de la Defensa, el gobierno mexiquense poseen, en cambio, capacidades al menos formales para indagar lo sucedido. Al menos es su deber intentarlo".

Jamás se investigó esa agresión extrema y colectiva. Parecería un ensayo fallido de otorgar justificación al "narcoterrorismo", que sí se manejó en el caso de las granadas de Morelia, desde el discurso de Felipe Calderón hasta las declaraciones del embajador estadunidense Tony Garza. El resultado final fue la liberación de tres inocentes acusados falsamente de haber lanzado esos explosivos. Si no fue el "narcoterrorismo", ¿quién arrojó las granadas contra la multitud pacífica en Morelia?

Cadereyta: Más impunidad

Granados juzgaba "inadmisible" que grupos de personas desaparecieran en México y se esfumaran como si se las hubiese tragado la tierra. Tal fue el caso del secretario de la Sección 49 del Sindicato de Trabajadores de la República Mexicana, Hilario Vega Zamarripa, de 47 años, cuyo hermano David Fernando, de 40, fue "levantado" por un grupo armado en la noche del

16 de mayo de 2007. Entre amenazas a la familia y la oferta de liberar a David Fernando al día siguiente, su hermano el líder petrolero acudió a una cita. Y desde entonces ni uno ni otro volvieron a aparecer o dar señales de vida.

También se esfumaron, en cuestión de tres días, otros trabajadores de la refinería de Cadereyta de Jiménez, Nuevo León, como Víctor Manuel Mendoza Román, Jorge Alejandro Hernández Faz, David Sánchez Torres, más los trabajadores jubilados Félix Sánchez Torres, Luis Enrique Martínez Martínez, José Luis Zúñiga García e inclusive el ex alcalde de Cadereyta José Luis Lozano Fernández.

El columnista recordaba el caso a un año de sucedido: "el solo número de personas 'levantadas' o desaparecidas hubiera escandalizado a su entorno. Pero en ése como en otros momentos de violencia desatada en Nuevo León, el hecho se consideró como parte de un fenómeno más general, la desaparición de hasta 30 personas" en otro municipio neoleonés, el de Guadalupe.

La inacción oficial y los nulos resultados de una mínima pesquisa, si la hubiere, llamaba la atención del columnista:

> "Abrumó a los parientes de los desaparecidos la despreocupación de la autoridad local por investigar el caso, a pesar de que involucraba a personas de alto relieve en la vida política local. Los hermanos Vega Zamarripa son parte del grupo director del sindicato de Pemex en todo el país. Hilario cubría su tercer período como secretario general, perseverancia sólo posible para quienes están bienquistos con la camarilla que rodea a Carlos Romero Deschamps. Eso no obstante, tampoco el sindicato hizo entonces, ni lo ha hecho a lo largo de un año, reclamo o protesta alguna por la suerte de sus integrantes, que no eran miembros de una corriente opositora o disidente sino de la que controla la vida sindical y lo hace mediante mecanismos penados por la ley".

(Aquí aludía a la venta de plazas, de la cual se acusaba precisamente al sustituto de Zamarripa, José Izaguirre Rodríguez).

Más de dos semanas después de la desaparición de los petroleros, sus familiares vieron en los medios locales de información la versión de que los habría capturado el ejército y llevado primero al cuartel para después entregarlos a la Subprocuraduría de Investigación Especializada en Delincuencia Organizada, de la PGR, en la ciudad de México. Seguirían varias versiones posteriores: la de agentes federales y también sobre la eventual intervención de la delincuencia organizada.

Como suele ocurrir en decenas de miles de casos de desapariciones de ciudadanos de todas las edades y todas las condiciones sociales, a la confusión de la autoría de este delito de lesa humanidad siguen meses y años de incuria oficial para que las demandas vayan cayendo en el olvido y en la frustración de los familiares porque jamás se vislumbra la justicia.

Granados criticó el desinterés del Senado en el caso de los petroleros de Cadereyta, quizás porque el punto de acuerdo que entonces presentó la senadora y luchadora social doña Rosario Ibarra hacía referencia a la desaparición forzada, "un delito de lesa humanidad con perfiles de mayor gravedad que el secuestro, que es también vituperable", escribió el columnista.

Todo apunta a que no hay avances en el tema en el país, aún cuando se trata de casos más graves, como la desaparición de los 43 estudiantes de la Normal de Ayotzinapa. Había transcurrido un año y ninguno de más de cien detenidos por el crimen atroz de la noche de Iguala del 26 al 27 de septiembre de 2014 estaba acusado de "desaparición forzada". Y es que el Congreso, otra vez, se ocupaba de legislar sobre ese delito gravísimo por el cual nadie ha sido encarcelado en México. En el colmo de la simulación y sin que fuera todavía aprobada la ley, los congresistas votaron por unanimidad constituir el 26 de septiembre de cada año como "el día del desaparecido". Una bofetada en medio de la impunidad.●

José Reveles es periodista en medios como *Proceso* y *Variopinto*. Licenciado en periodismo por la Escuela de Periodismo Carlos Septién García. Es autor de libros como *Levantones, narcofosas y falsos positivos* y *El Chapo: Entrega y traición*. Dirige la Cátedra Miguel Ángel Granados Chapa en la UAM Cuajimalpa.

La libertad de expresión en riesgo

Marcha atrás para el cambio democrático

> “La tendencia observada en la dificultad de garantizar el derecho a la libertad de expresión no es un signo esperanzador. Se advierten pasos de una marcha atrás en su posibilidad de cambio democrático, por lo que garantizar el respeto al libre ejercicio profesional del informador, facilitar su acceso a las fuentes de información y garantizar su protección por difundir la verdad, es sin duda un asunto de todos. Desafortunadamente en los últimos tiempos el tema de la violencia contra los periodistas se ha convertido en asunto recurrente que preocupa y ocupa a diversos sectores de la sociedad y a organizaciones sociales encargadas de dar seguimiento a los hechos.”

Beatriz Solís Leree

El Estado acaso se preocupa por su imagen, pero no se ocupa de atender y menos aún de evitar que siga el incremento del índice de la impunidad frente a las muertes y amenazas hacia los periodistas. A pesar de las diversas comisiones y normas promovidas para protegerlos, poco se ha logrado o, si acaso, como gran logro evidentemente insuficiente, se han visibilizado.

Sin duda, los problemas de la violencia contra el ejercicio eriodístico es a todas luces inaceptable. No solo por atentar, poner en riesgo y violentar de facto sea por desaparición, amenazas o asesinato a una persona -hecho por sí mismo inaceptable que violenta el derecho a la vida independientemente del oficio que desempeñe, su género, orientación sexual, raza o religión. Sin embargo, nos ocupamos de las repercusiones que esta violencia genera si se trata de periodistas.

El caso que nos ocupa, respecto a la violencia o acallamiento contra periodistas, es relevante en virtud de que afecta de manera directa a otros derechos individuales y sociales de los ciudadanos y no solo al ejercicio particular del derecho a la libertad de expresión de los periodistas. Es por ello que el problema debe redimensionarse incorporando al análisis y denuncia en todas sus vertientes y afectaciones, lo que lo convierte en problema de todos.

Debemos partir del ejercicio del derecho a la libertad de expresión y del trabajo y rol que cumplen los periodistas, que en su ejercicio materializan y permiten el Derecho a la Información de la sociedad en general. Es en esta vertiente donde es necesario hacer énfasis para fortalecer los argumentos para la necesaria lucha que se debe emprender para dar fin a este problema.

La relevancia de la libertad de expresión y su correlativo derecho a la información, como derechos humanos ha sido extensamente reconocida. Tanto por su propio mérito como por el rol que cumplen de apuntalamiento esencial de la democracia y de ser un medio para salvaguardar otros derechos humanos. Tan es así, que en su primera sesión en 1946, la Asamblea General de Naciones Unidas declaró:

> “La libertad de la información es un derecho humano fundamental y... la piedra de toque de todas las libertades a las cuales las Naciones Unidas están consagradas”.

En su dimensión social, la libertad de expresión es un medio para el intercambio de ideas e informaciones y para la comunicación entre los seres humanos. Comprende también el derecho de cada persona de tratar de comunicar a los otros sus propios puntos de vista. En su vertiente social implica también el derecho de todos a conocer opiniones frente a acontecimientos de interés general. Para el ciudadano común tiene tanta importancia el conocimiento de la opinión ajena o de la información de que disponen otros, como el derecho a difundir la propia. En este sentido, la Corte Interamericana de Derechos Humanos, al emitir la opinión consultiva OC-5/85, señaló los dos aspectos básicos del derecho a la libertad de expresión y a la información: la vertiente individual y la social.

"Así, la garantía del libre ejercicio del derecho a difundir y recibir información exige de los poderes públicos, la emisión de las normas necesarias para impedir que otras fuerzas sociales obstruyan su ejercicio".

Exigencia ciudadana

Es en este sentido que será necesario abrir el debate a los involucrados, que no son exclusivamente los periodistas, sino un espectro mucho más amplio de actores sociales. Todos ellos deben sentirse directamente afectados cuando se vulnera, a partir de presiones por medidas violentas, el ejercicio del periodismo en nuestro país.

Es necesario enfrentar de manera integral este grave problema y generar agendas sociales de los diversos actores sociales involucrados. El objetivo es que a partir de estrategias de más largo plazo, se termine con esta práctica que clausura y censura no solo la libertad de expresión y la libertad para el ejercicio periodístico –que por naturaleza es y debe seguir siendo un ejercicio crítico del acontecer nacional– sino que, simultáneamente, afecta a todos desde el momento en que se nos limita nuestro derecho a saber.

Por otra parte, la responsabilidad del Estado en esta materia es indudable y se requiere de la exigencia de la ciudadanía para vigilar que lo que mandata la Constitución Política no sea letra muerta. Desafortunadamente la realidad se empeña en demostrar lo contrario, pero no por ello debemos renunciar a la exigencia al Estado de que atienda y garantice lo establecido en su Artículo Primero Constitucional cuando establece que:

"Todas las personas gozarán de los derechos humanos reconocidos en esta Constitución y en los tratados internacionales de los que el Estado Mexicano sea parte, así como de las garantías para su protección, cuyo ejercicio no podrá restringirse ni suspenderse (…) Todas las autoridades, en el ámbito de sus competencias, tienen la obligación de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos de conformidad con los principios de universalidad, interdependencia, indivisibilidad y progresividad. En consecuencia, el Estado deberá prevenir, investigar, sancionar y reparar las violaciones a los derechos humanos."

Generar una agenda social. Foto: Ruben Espinosa / Agencia Cuartoscuro.

De nada serviría un derecho a la libertad de expresión o un derecho a la información –enmarcados en nuestra Constitución, especialmente en sus artículos 6 y 7 como derechos fundamentales– si para ejercerlos es necesario contar con la anuencia de la autoridad, o de los poderes fácticos; o sólo si se dispone de instrumentos legales ambiguos y parciales que generalmente son aplicados para esconder la verdad o la opinión divergente de los intereses del poder, sea cual sea éste. O bien, si para su ejercicio es necesario un blindaje de protección, o bajo el riesgo de vida, como si se pretendiera ejercerlo en una zona de guerra. Continuar con la inoperancia de derechos tan fundamentales, como el de la libertad de expresión, coloca al Estado frente al incumplimiento de una responsabilidad llamada a garantizar tan importantes derechos sociales

Por otra parte, los mismos periodistas también deben asumir con responsabilidad la necesidad del trabajo organizado. El objetivo sería recuperar la libertad y detener la violencia que calla voces, genera miedos, censura el ejercicio periodístico; especialmente el de los reporteros, que con su trabajo documentan los hechos, les dan visibilidad y generosamente los ponen y difunden en sus diversos medios dando así la posibilidad de que los otros –los que escuchamos o leemos el resultado de su trabajo– también descubramos la realidad reportada.

Se suma a la ausencia de una organización de los periodistas –que ahora tiene entre sus prioridades la protección de sus pares– el hecho de que se ha dejado de luchar por la profesionalización de la práctica periodística, la dignificación salarial, la creación de principios deontológicos, la construcción de estrategias conjuntas para que la solidaridad gremial sea permanente y no quede solo en las coyunturas. Al decir esto, no se pretende dejar de lado el trabajo que realizan muchas organizaciones sociales y profesionales que siempre están atentas a los acontecimientos, que denuncian e inciden en la exigencia a la autoridad para que cumpla con la responsabilidad de defender a los ciudadanos en general y en particular a los periodistas y defensores de derechos humanos. Sus esfuerzos son encomiables y es necesario fortalecerlos; pero sin duda la magnitud del problema, las asignaturas pendientes y las omisiones en las que se desarrolla una profesión absolutamente necesaria en una sociedad democrática como es el periodismo, requiere de mayor impulso, especialmente de todos los periodistas.

Además, otros actores sociales deben asumir su interés legítimo ante la afectación de su propio derecho a la información por la fragilidad del trabajo periodístico. Deben partir de asumir un rol activo y desde cada uno de sus espacios particulares de acción –academia, militancia política, organizaciones sociales diversas, estudiantes, audiencias y lectores en general– emprender la tarea de una organización social que promueva la generación de conciencia sobre los derechos y responsabilidades de los diversos actores del proceso comunicativo. Otro pendiente es impulsar la discusión pública de los derechos de lectores y audiencias que garanticen las libertades de expresión e información y el derecho a la información. Además, establecer vínculos con organizaciones no gubernamentales y gubernamentales que tengan entre sus necesidades alguno de los principios básicos involucrados en el concepto mismo del derecho a la información, en un marco plural que colabore a la conformación de una opinión pública informada.

La tendencia observada en materia de política de comunicación y en particular en lo referente a la garantía al derecho de la libertad de expresión, no es un signo esperanzador. Se advierten pasos de una marcha atrás en su posibilidad de cambio democrático, por lo que garantizar el respeto al libre ejercicio profesional del informador, facilitar su acceso a las fuentes de información y garantizar su protección por difundir la verdad, es sin duda un asunto de todos.●

Beatriz Solís Leree es Profesora Distinguida de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. Desde 2015 es titular de la Defensoría de Audiencias en el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano.

Universidad Autónoma Metropolitana

Casa abierta al tiempo Azcapotzalco

De la libertad a la intimidad

Nuevas pulsiones en el espacio público

> “Requisito de la democracia, la libertad de expresión es indispensable para que tengamos ciudadanía plena y convivencia auténtica. Sin expresión libre, sin circulación de informaciones e ideas capaces de expresar la diversidad de puntos de vista que hay en una sociedad heterogénea como la que tenemos, sería imposible la deliberación que hace falta para que la democracia sea práctica de todos.”

Raúl Trejo Delarbre

No hace falta detenernos en el elogio a la libertad de expresión. La sociedad mexicana la reconoce y defiende y no hay ámbito del poder político que la descalifique, al menos de manera abierta. Se trata de una libertad afianzada en convicciones y prácticas extendidas. No por ello deja de encontrar obstáculos. Algunos han sido largamente señalados como parte de las rémoras para que nuestra democracia se despliegue y solidifique. Otros obstáculos son más recientes y surgen tanto de las nuevas tecnologías (que amplifican las capacidades de expresión pero también, en ocasiones, facilitan actitudes de censura e intolerancia) como del ánimo público que forma parte de la cultura política en nuestra sociedad.

En México existe un amplio, cotidiano y sólido ejercicio de la libertad de expresión. Las restricciones que tiene el acceso de la sociedad a los medios de comunicación y las persecuciones que en algunas ocasiones padecen los informadores profesionales, podrían conducirnos a suponer que nuestra libertad de expresión es solamente esporádica o débil.

Hay que recordar las censuras y persecuciones que los mexicanos padecimos en otras épocas, cuando las instituciones políticas se encontraban supeditadas a un presidencialismo autoritario y caprichoso y cuando –salvo excepciones– no había contrastes ni mucho menos diversidad en los medios de comunicación, para reconocer los avances que hemos experimentado. Hoy en día en las calles y en los medios, así como en el parlamento y en las redes digitales, se dicen y contrastan las más variadas y en ocasiones ásperas opiniones. No hay fuerza política, o sector de la sociedad, cuyos puntos de vista no puedan ser conocidos. Esa libertad de expresión es una conquista de la sociedad y, especialmente, de no pocos comunicadores profesionales que batallaron por ella de la única manera eficaz: ejerciendo su derecho a la expresión de forma abierta, constante, independiente.

Seis limitaciones a la libertad de prensa

Así como resultaría insensato soslayar esa práctica de la expresión pública, también lo sería desconocer las limitaciones que encuentra la libertad para decir y discutir. La libertad de expresión nunca está absolutamente garantizada. La circulación de datos, opiniones e ideas, afecta intereses muy variados. Gobiernos y empresas, partidos de todas las filiaciones, corporaciones profesionales, religiosas, académicas, instituciones estatales, etcétera, resienten los señalamientos a sus decisiones o prácticas, o que cuestionan su reputación o legitimidad. Se pueden enumerar, así, distintas fuentes de limitaciones a la libertad de expresión. Me detengo en seis de ellas.

1.- Violencia contra informadores

Asesinatos y desapariciones, acosos e intimidaciones a periodistas, dan cuenta de la pervivencia de prácticas salvajes desde distintos segmentos del poder. Los casos de periodistas asesinados que no han sido resueltos, son recordatorio de una impunidad en la cual se retroalimenta el delito.

Por lo general las agresiones a periodistas han ocurrido en zonas en donde el crimen organizado rivaliza con las instituciones políticas e incluso en ocasiones las somete, o en municipios o quizá estados enteros en los cuales el viejo autoritarismo político no ha sido atemperado por la sociedad ni por la ley. Los cacicazgos son alérgicos a la libertad de prensa porque amenaza el acaparamiento de poder, al propagar información que de otra manera quedaría reservada, manipulada u oculta.

La gravedad de los atentados a periodistas no se puede ni debe desconocer. Pero, junto con ella, es pertinente advertir que no todo el país

La libertad de expresión nunca está absolutamente garantizada. Foto: Pedro Anza / Agencia Cuartoscuro.

se encuentra sujeto a las intimidaciones a la libertad de prensa y los informadores. El periodismo no es una profesión de riesgo, salvo en circunstancias y sitios específicos. Las condiciones para desarrollarlo serán más seguras en la medida en que, como sucede ya, la sociedad activa se comprometa en las exigencias para proteger a los periodistas y sancionar a quienes tratan de intimidarlos.

2.- Viejas o insuficientes reglas.

Pronto se cumplirá un siglo de la expedición, el 9 de abril de 1917, de la Ley Sobre Delitos de Imprenta. Aunque muchos informadores y especialistas consideran que no se aplica, esa ley está vigente y constituye una amenaza constante para la libertad de expresión. A contracorriente de la legislación internacional que establece sanciones pecuniarias para los delitos de información y opinión, la Ley de Imprenta castiga con prisión de hasta hasta once meses los ataques a la moral y de hasta dos años los ataques al orden o a la paz públicas.

La Ley de Imprenta sanciona la difusión de contenidos que discrepen con la idea de moral que prevalezca en la sociedad de acuerdo con la interpretación del juez. Esa capacidad para imponer penas de manera discrecional resulta del artículo 2, en donde se considera atentatoria contra la moral:

> "toda manifestación verificada con discursos, gritos, cantos, exhibiciones o representaciones o por cualquier otro medio… con la cual se ultraje u ofenda públicamente al pudor, a la decencia, o a las buenas costumbres o se excite a la prostitución o a la práctica de actos licenciosos o impúdicos, teniéndose como tales todos aquellos que, en el concepto público, estén calificados de contrarios al pudor".

Al mismo tiempo son ataques al orden y la paz pública, entre otros, toda expresión "que tenga por objeto desprestigiar, ridiculizar o destruir las instituciones fundamentales del país", toda manifestación o expresión públicas con las que "se injurie a las autoridades del país con el objeto de atraer sobre ellas el odio, desprecio o ridículo", así como la publicación de noticias "capaces de perturbar la paz o la tranquilidad de la República o en alguna parte de ella, o de causar el alza o baja de los precios de las mercancías".

Las pancartas en casi cualquier manifestación callejera, las noticias sobre las cotizaciones en la bolsa de valores en Tokio o Wall Street o el reenvío en Facebook de un meme con el rostro del presidente Peña Nieto, serían suficientes para imponer sanciones de cárcel si esas disposiciones se cumplieran. Si es obsoleta, resulta inadmisible que el Congreso no haya derogado esa Ley de Imprenta.

Por otra parte, la libertad de expresión es vulnerada con la existencia –y las decisiones– de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. El gobierno no tiene por qué decidir qué impresos circulan y cuáles no. La protección para que los niños y jóvenes no tengan acceso a contenidos impropios para su edad puede lograrse con un sistema de clasificación y restringiendo el acceso a contenidos para adultos. Pero no es esa la tarea que realiza la mencionada Comisión que en ocasiones cumple con funciones de censura .

Son más contemporáneas (tanto que reconocen la convergencia digital y la existencia de nuevos medios) las disposiciones para las telecomunicaciones y la radiodifusión aprobadas en 2013 (reforma constitucional) y 2014 (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión). Sin embargo durante varias décadas tuvimos para la radio y la televisión una legislación arcaica y presidencialista.

Esas normas se ocupan escasamente de los contenidos de radiodifusión y dejan al margen de cualquier regulación asuntos como la publicidad insertada en programas o los llamados informerciales, que son extensos comerciales disfrazados de programas. En todo caso, nadie puede decir que las reglas para la radiodifusión implican alguna limitación a la libertad de expresión. Los programas de radio y TV deben difundirse en horarios de acuerdo con la clasificación que se les adjudique a fin de evitar que haya contenidos para adultos en horarios infantiles. Sin embargo no hay inhibición para transmitir ningún tipo de contenido.

3.- Muchos medios en pocas manos

Mientras más medios haya, al menos hipotéticamente, mayores serán las posibilidades para que más actores sociales tengan acceso a la comunicación. No es suficiente la posibilidad para manifestarse en las calles o gritar en una plaza. La libertad de expresión entra en colisión con el sistema mediático que amplifica la voz de quienes tienen posibilidades para expresarse en espacios de amplia audiencia, especialmente en televisión y radio.

La comunicación de masas impone una contradicción insoslayable. Gracias a la tecnología de las comunicaciones un mensaje puede ser escuchado, o visto, por vastas e incluso lejanas audiencias. Pero al mismo tiempo que ensancha el ámbito de sus destinatarios, esa tecnología reduce la cantidad de quienes puedan expresarse en tales medios. A más receptores, menos emisores: esa es una ecuación fatal en los medios de comunicación de masas que son por definición verticales, es decir, en ellos unos cuantos generan y difunden mensajes para muchos más.

Esa singularidad autoritaria de los medios puede atemperarse con diversos instrumentos. El primero de ellos es la existencia de leyes que promuevan más medios y reglas de competencia. También es esencial que haya medios no comerciales (especialmente medios de carácter público) que al no tener prioridades mercantiles cuenten con disposición y recursos para producir contenidos diferentes. De manera más reciente Internet ha ofrecido múltiples espacios para ejercer la libertad de expresión y oponer así relatos distintos a las versiones de los grandes medios, aunque la comunicación en línea sigue siendo limitada ante la cobertura de la televisión abierta.

A la libertad de expresión también la menoscaba la tendencia a la concentración de capitales en la propiedad de los medios. La producción de contenidos es costosa, sobre todo cuando tienen alguna originalidad o innovación, y para las empresas mediáticas es más redituable hacer alianzas y fusiones para alcanzar más audiencias con menos gastos.

Cada vez hay más medios, en menos manos. Esa propensión se advierte tanto en la radiodifusión como en la prensa escrita y, en general, en las que han sido denominadas como industrias creativas y que van de la televisión y el cine hasta la producción de música, libros, videojuegos y contenidos para Internet.

En la Red de redes evidentemente hay un ejercicio intenso y extenso de la libertad de expresión. Pero en medios de comunicación cuyas características técnicas los limitan a difundirse en pocos canales, como la televisión y la radio abiertas, la sociedad se limita a ser espectadora de los contenidos producidos por unos cuantos. Así restringida, la libertad de expresión en esos medios está supeditada a decisiones corporativas, que suelen ser antes que nada políticas. Eso ha sucedido, durante demasiado tiempo, en las televisoras mexicanas, que han detentado el 94% de las concesiones para televisión comercial en todo el país. Televisa tiene, además, cerca del 80% de la cobertura en televisión restringida. Atenida a intereses y antojos de Televisa y Televisión Azteca, la libertad de expresión ha tenido márgenes muy estrechos en la televisión mexicana.

4.- Decisiones empresariales

La principal fuente de censura hoy en día no se encuentra en el gobierno, sino en decisiones de las empresas privadas. Así como abren tribunas para la expresión de opiniones críticas porque en esta sociedad diversa la discrepancia puede ser negocio mediático, las compañías de comunicación cierran tales espacios cuando el costo político es mayor que los dividendos empresariales. En otros casos, simplemente ocurre que cuando tienen que ajustar presupuestos lo primero que les parece prescindible son los colaboradores o incluso los conductores, sobre todo cuando no forman parte del personal

de planta de la radiodifusora o el periódico en donde es preciso reducir gastos. Atenidas a sus rendimientos financieros y a las redes de conveniencias que los pueden favorecer antes que al interés público, las empresas suelen ser muy receptivas a las presiones del poder político. En México son escasas las empresas de comunicación que defienden la independencia editorial antes que sus negocios.

5.- Publicidad oficial y privada

Los medios, valga esta otra perogrullada, necesitan ser negocio para existir y subsistir. Más aún, excepto los medios públicos sostenidos con recursos fiscales, la independencia que las empresas de comunicación puedan tener está directamente relacionada con su diversidad de fuentes de financiamiento.

Mientras se solidifican –o no– nuevos modelos de negocio como el pago directo por el acceso a contenidos, los medios siguen dependiendo, en buena medida, de la publicidad. Y la escasez o la concentración de anunciantes constituye otra fuente de restricciones a la libertad de expresión.

Las instituciones estatales (gobiernos federal y de los estados e incluso algunos municipios, poderes Legislativo y Judicial, organismos autónomos como el INE, la CNDH y las universidades públicas) continúan comprando abundantes espacios de publicidad, sobre todo en televisión y radio. Lejos de ser una palanca en beneficio de la pluralidad y la libertad, ese gasto publicitario es un recurso para la complacencia y la connivencia entre el poder político y los medios y, en otras ocasiones, para la coacción y la censura. La publicidad oficial no respalda la calidad ni la diversidad en los medios y es un resabio de la relación autoritaria entre el poder político y los medios.

También la publicidad privada es fuente de limitación a la libertad en los medios. Los editores a cargo de un periódico, o de un noticiero de televisión o radio, no suelen difundir notas que puedan perjudicar a un anunciante. La empresa propietaria del medio de comunicación tiene que estar respaldada por finanzas o convicciones sólidas para, por ejemplo, difundir una nota que cuestiona las propiedades curativas de un medicamento fabricado por una firma farmacéutica que contrata publicidad en ese diario o en esa emisora. La libertad de expresión queda aún más acotada cuando en un medio de comunicación hay mucha publicidad de una sola corporación empresarial.

La publicidad oficial es un resabio de la relación autoritaria entre el poder político y los medios. Foto: Rodolfo Angulo / Agencia Cuartoscuro.

6.- Ciudadanos vulnerables ante los medios. Derecho de réplica

Poderosos e influyentes (pero, por cierto, jamás omnipotentes) los medios de comunicación tienen, como anotamos antes, una relación vertical y autoritaria con la sociedad. Los ciudadanos, delante de los medios, se encuentran en una situación de inermidad cuando tratan de defenderse ante distorsiones o calumnias. Por eso tienen que existir recursos formales que les permitan a las personas reclamar aclaraciones, o reparaciones, cuando los medios de comunicación difunden informaciones falsas acerca de ellas.

Los medios por lo general disfrutan de amplia libertad para señalar, denunciar, calificar e incluso para equivocarse. Esa libertad es importante para ejercer el derecho a la crítica y a fin de que los medios, cuando son independientes, se desempeñen como contrapesos delante del poder político. Pero esa libertad puede atentar contra el derecho de la sociedad para expresar aclaraciones o inconformidades delante de los medios si no hay vías para ello.

El derecho de réplica es indispensable en toda sociedad democrática para evitar que el poder de los medios avasalle la fama pública de los ciudadanos. Ese derecho no puede depender de la autorregulación, porque está destinado a remediar, así sea parcialmente, las consecuencias de equivocaciones pero, también, de decisiones expresas que toman los medios de comunicación cuando afectan a las personas .

Vida privada e intimidad

La protección de la vida privada es un derecho de las personas y el Estado tiene la responsabilidad de garantizarla. A ese derecho con frecuencia se contraponen el afán inquisitivo de los medios, así como el lucro que hacen con la vida privada.

En ocasiones los medios le hacen un servicio a la sociedad al develar el uso de recursos públicos, o el abuso de poder, con fines privados. Cuando unos periodistas dan a conocer que el presidente de la República y su familia compraron una mansión gracias al crédito que les dio un contratista favorecido por el gobierno, no estamos ante la intromisión en la vida privada de nadie sino ante la exhibición de un tráfico de influencias que se quería ocultar al escrutinio público.

En otros casos, la vida privada de los personajes públicos les interesa a los medios para ganar más audiencia. La frontera entre el derecho a la privacía de los personajes públicos y el derecho de la sociedad a tener información sobre tales personas puede ser incierta. Por lo general existen principios que permiten distinguir entre el ámbito de la privacidad y el de la publicidad. Cuando se utilizan recursos públicos, sobre todo de manera significativa, no hay condiciones para reivindicar la privacidad. Pero aún los gobernantes con más responsabilidades tienen derecho a la vida privada, aunque sea con márgenes más estrechos que el resto de los ciudadanos.

El entrometimiento en la vida privada con frecuencia se realiza a través de intercepciones telefónicas o con cámaras ocultas, es decir, con procedimientos ilegales. Ni los medios, ni sus audiencias, reparan demasiado en esa ilegalidad cuando los resultados de tal fisgoneo les revelan o les confirman manejos turbios o, simplemente, comportamientos desusados de las personas espiadas de esa manera.

Televidentes y lectores aplauden las revelaciones obtenidas de esa forma, especialmente cuando sus implicaciones coinciden con sus simpatías o animosidades políticas. Con el empleo de tales recursos y la propagación de las informaciones así obtenidas, estamos edificando una sociedad del entrometimiento en donde la vida privada se convierte en un valor arcaico. El fisgoneo no es periodismo. Al contrario, el empleo de tales recursos inhibe al periodismo cimentado en la investigación auténtica, en la búsqueda y cotejo de fuentes, en el trabajo del reportero.

Al difundir escenas y conversaciones privadas, que por lo general les transmiten informantes anónimos, los medios se convierten en correveidiles de intereses ajenos al periodismo. Expuesta a la murmuración mediática, la vida privada se ha convertido en una mercancía que las empresas comunicacionales administran de acuerdo con sus necesidades para vender espectacularidad o, en otros casos, para presionar o premiar a distintos actores de la vida pública.

Una manera para definir los límites entre lo privado y lo público se encuentra en el concepto de intimidad, que se refiere de manera precisa al fuero interno de las personas. Pensamientos, emociones, dudas, preferencias, aversiones, todo aquello que forma parte de nosotros pero no necesariamente de aquellos que manifestamos y somos en público, constituyen elementos de la intimidad. Se trata, como explicó el filósofo Ernesto Garzón Valdés, de "el ámbito en donde imperan los deseos y las preferencias individuales" (Garzón Valdés, 2005). En ese territorio de lo íntimo procesamos nuestra mismidad: eso que, puesto que somos, nos hace diferentes de otros. No se trata de los espacios en los que nos aislamos (la intimidad no es únicamente el baño y la recámara, para decirlo de manera gráfica) sino además de aquellos en los que nos relacionamos con otros al compartir las preferencias más nuestras. Fernando Savater lo describe en un creativo juego de palabras: "precisamente es la intimidad lo que nos impide ser idénticos y nos mantiene diferentes…" (Savater, 1998).

Tradicionalmente el espacio de la intimidad era privado, tanto por decisión de las personas como por convenciones sociales. Mantener la intimidad a resguardo era una forma de evitar que nos colocáramos en desventaja al exhibirnos en demasía; era una protección que formaba parte del sentido común. Con el advenimiento de la prensa industrial y más tarde de los medios audiovisuales, la develación de la privacía se convirtió en un recurso

para ganar notoriedad. Actores y cantantes se muestran ante los paparazzi, o son acosados por ellos, en una relación a veces de conveniencia y en otras ocasiones de tensión y litigio entre personajes públicos y medios de comunicación. Cuando se trata de una exposición voluntaria esos personajes hacen de su privacía –y a veces de su intimidad– un recurso para destacar en el espacio público.

El entreveramiento entre lo público, lo privado y lo íntimo, ha adquirido mayor complejidad –pero también ha llegado a nuevas formas de exhibicionismo– con el uso reciente de tecnologías digitales. El tránsito de lo privado a lo público, se ha vuelto parte de las nuevas costumbres en el entorno tecnificado y globalizado. Incluso hay usuarios de las redes sociodigitales que hacen ostensibles rasgos o momentos de su intimidad, convirtiéndola en nuevo elemento para definir su identidad.

La expresión pública que de esa manera se le da a la intimidad es un derecho de las personas. Hipotéticamente cada quien puede decidir la visibilidad, dentro y fuera del ciberespacio, de aquello que coloca en línea. Sin embargo la tecnología no necesariamente está al servicio de los derechos. Los contenidos que llevamos a la Red pueden quedar fuera de nuestras manos (o de nuestro teclado) por muchas etiquetas, prevenciones y restricciones que les impongamos.

El entorno digital también significa un escrutinio constante de lo que hacemos tanto al emplear recursos informáticos como, sencillamente, cuando estamos en casi cualquier espacio público. Se requiere de un esfuerzo constante para deslindar lo público de lo privado, especialmente cuando se toman decisiones acerca del uso que se da a los registros de los dispositivos que fiscalizan nuestras actividades. Evidentemente es distinta la protección que ameritan las escenas de la cámara de video que nos graba cuando transitamos por la calle, a la grabación de una charla telefónica que ha sido interceptada sin nuestro consentimiento.

En las redes digitales las personas tienen libertad para administrar y negociar su intimidad. Pero esa libertad es disminuida por la propagación intencional que llegan a hacer de sus expresiones íntimas. Al transitar del campo de la privacidad al espacio público, los contenidos así difundidos adquieren otra jerarquía y a menudo incluso otro significado. En ejercicio de su libertad, las personas hacen público lo privado e incluso lo íntimo. Las informaciones, creencias e ideas acerca de los asuntos públicos, ahora se entretejen con expresiones de privacía e intimidad. Las cuestiones de interés público y su discusión, quedan mezcladas con temas y expresiones hasta ahora privados e incluso íntimos. La libertad para expresar y decir incluso lo más personal, establece nuevos usos del espacio público cuyas implicaciones son inciertas. Estamos ante una mescolanza que difícilmente será saludable para la deliberación de los asuntos públicos.●

Notas

- En mayo de 2015 comenzó a circular la revista *Cáñamo*, versión mexicana de la publicación del mismo nombre que cumplía 18 años de editarse en España y 10 en Chile. Se trata de una revista que promueve la cultura de la mariguana. El dictamen de la Comisión Calificadora indicó: "la edición analizada de la publicación pudiera proporcionar enseñanza de los procedimientos utilizados para la ejecución de hechos contrarios a las leyes, la moral o las buenas costumbres. Lo anterior ya que presenta varios textos con información técnica referente a la producción y autocultivo de cannabis, así como a sus aplicaciones en el tratamiento de diversos padecimientos…" Ese documento del organismo que depende de la Secretaría de Gobernación sentenciaba: "se observó que la publicación pudiera contener escritos e imágenes que directa e indirectamente induzcan o fomenten vicios o constituyan por sí mismas un delito". La Comisión Calificadora turnó el asunto a la Procuraduría General de la República y a la Comisión Federal para la Protección de Riesgos Sanitarios para que determinaran si *Cáñamo* violaba alguna legislación. Jorge Javier Romero, "Gobernación, peor que la DEA", Sin embargo, 20 de agosto de 2015: http://www.sinembargo.mx/opinion/20-08-2015/38242
- El 13 de octubre de 2015 el Senado aprobó la Ley de Derecho de Réplica que la Cámara de Diputados había respaldado casi dos años antes. Se trata de la ley que reglamenta la reforma constitucional que en 2007 estableció ese derecho en el artículo 6o. Constitucional. Esa ley establece un procedimiento judicial en caso de que un medio se niegue a publicar la réplica de un ciudadano afectado por una información falsa. Es un mecanismo difícil de utilizar pero será interesante cómo y en qué medida los ciudadanos lo aprovechan para que los medios publiquen sus reclamos.

Bibliografía

- Garzón Valdés, E. (2005). Lo íntimo, lo privado y lo público. En IFAI, Cuadernos de Transparencia #6 (pág. 17). México, D.F., México: IFAI.
- Savater, F. (1998). Despierta y lee. Madrid, Madrid, España: Alfaguara.

Raúl Trejo Delarbre es doctor en Sociología por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel III. Autor de libros como *Viviendo en El Aleph. La Sociedad de la Información y sus laberintos*. Su Twitter es @ciberfan.

Derecho a la privacidad, en medio de tres aguas

Leyes, autorregulación mediática y sociedad

> “Los temas de libertad de expresión y derecho a la vida privada e intimidad, por tratarse de derechos humanos vitales, necesitan mirarse no sólo desde la normatividad jurídica y la autorregulación ética. No podemos soslayar la iniciativa social con apoyo de la academia y los organismos autónomos, en especial de las comisiones de derechos humanos.”

Omar Raúl Martínez Sánchez

Ninguna democracia puede subsistir sin libertad de expresión. Este derecho es el que posibilita, promueve y airea las condiciones políticas y sociales para cualquier sistema que aspire a llamarse democrático. Si bien la libertad de expresión es una prerrogativa medular, no es de ninguna manera absoluta. Cuando entra en conflicto con otros derechos y libertades de los ciudadanos es preciso buscar una armonización, considerando ciertos límites, sin nunca perder de vista el bien común y la dignidad humana.

Hacer referencia a “límites” en estos terrenos resulta complejo ya que, a la menor provocación, pueden abrirse resquicios para justificar acciones censoras. Pese a ello es conveniente trazar contornos elementales con cautela a fin de evitar confusiones y abusos.

Cuando el límite se convierte en restricción parcial por razones de poder, aparece la sombra de la censura. Pero cuando el llamado límite lleva el afán del autocontrol para salvaguardar los derechos de otras personas, entonces hablamos de un necesario recurso para promover la responsabilidad social, la conciencia cívica y la dignidad humana. En este contexto, una de las limitantes que mayor visibilidad y atención han ganado en instrumentos jurídicos nacionales e internacionales se vincula al respeto de la vida privada y a la dignidad personal.

Vida privada en ordenamientos jurídicos

El derecho a la privacidad en México, en principio, está tutelado por el artículo 6º constitucional al prescribirla como límite a la libertad de expresión (“La libertad de expresión tiene como límite el respeto a los derechos de terceros”). En la misma perspectiva, el artículo 7º constitucional refiere: “La libertad de imprenta tiene como límite respetar la vida privada”. Adicionalmente, el artículo 16º del mismo ordenamiento la regula como sigue “Nadie puede ser molestado en su persona, familia, domicilio, papeles o posesiones, sino en virtud de mandamiento escrito de la autoridad competente, que funde y motive la causa legal del procedimiento”.

En forma complementaria, la Ley de Imprenta refiere como hipótesis normativa lo que pudiera ser un ataque a la vida privada “Toda manifestación o expresión maliciosa hecha verbalmente o por señales en presencia de una o más personas, o por medio de manuscrito, o de la imprenta (…) o de cualquier otra manera (…) exponga a una persona al odio, desprecio o ridículo, o pueda causarle demérito en su reputación o en sus intereses”.

La nueva Ley de Responsabilidad Civil para la Protección del Derecho a la Vida Privada, el Honor y la Propia Imagen en el Distrito Federal, define en forma amplia el concepto de vida privada en su artículo 9º “Se materializa al momento que se protege del conocimiento ajeno a la familia, domicilio, papeles o posesiones; y todas aquellas conductas que se llevan a efecto en lugares no abiertos al público, cuando no son de interés público o no se han difundido por el titular del derecho”.

En otras palabras: la vida privada es el ámbito reservado al que tiene derecho un individuo para mantener sin intromisiones y fuera del conocimiento y difusión públicas todas y cada una de sus actividades, expresiones, datos y conductas personales o íntimas.

La libertad de expresión y el derecho a la vida privada e intimidad están inscritos como derechos humanos.
Foto: Isabel Mateos / Agencia Cuartoscuro.

El derecho a la privacidad, entonces, supone resguardar del conocimiento social lo relativo al hogar, el entorno laboral, expedientes médicos, documentos personales, conversaciones o reuniones privadas, correspondencia, convivencia familiar e intimidad sexual. La dignidad y tranquilidad de las personas es –según Ernesto Villanueva– el bien que ampara este derecho cuando no hay justificado interés público de por medio.

Vale la pena subrayar que tanto la libertad de expresión como el derecho a la vida privada e intimidad, están inscritos como derechos humanos por distintos documentos internacionales. Sabido es que a partir de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, suscrita en 1948, diversos instrumentos de alcance continental incorporaron la perspectiva de la libertad de expresión. Tal es el caso de la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre, también de 1948, así como del Artículo 10 del Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades, expedido en 1950; y el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966 (Artículo 17 y 19), entre otros.

De igual forma, la Declaración Universal de los Derechos Humanos con su artículo 12 abrió los cauces para la protección de la privacidad de las personas. Al respecto establece:

> "Nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques a su honra o a su reputación. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra tales injerencias o ataques".

En idéntica tesitura, la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre dispone en su artículo 5º: "Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra los ataques abusivos a su persona, a su reputación y a su vida privada y familiar".

La Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea, por su parte, también define a la privacidad como un derecho humano e incluso, de acuerdo con Claudia Fonseca, resulta "conocido como derecho a la intimidad en el mundo físico y reconocido en el ámbito digital como derecho a la privacidad".

No es inusual que en México se equiparen privacidad e intimidad, pese a que –como señala Perla Gómez Gallardo– ambos conceptos reclamen regímenes distintos. A diferencia de vida privada a la que suele englobársele en un nivel externo de las relaciones, actividades y expresiones propias y reservadas de un individuo; la intimidad tiende a ser vista como un nivel endógeno o interior de la persona, particularmente en aspectos tales como la sexualidad, la salud, la psique, las creencias y los sentimientos. En tal sentido, la intimidad forma parte de la vida privada, aunque las leyes mexicanas no clarifican en detalle una diferenciación. Lo relevante es que se trata de un ámbito reservado y que debe respetarse y permanecer intocado en tanto no impacte o repercuta en la vida pública.

Realidades, contrariedades y preguntas

¿Cuántas vidas puede tener una persona en el mundo de hoy? Aunque pareciera capciosa la pregunta, lo cierto es que admite respuestas tajantes y sin rodeos.

Nos aventuramos a señalar que todo individuo lleva, en principio, una *vida privada* en los términos que aquí se han expuesto, así como una *vida pública*. Y dentro de esas dos vidas se insertan otras cuatro:

a) Una *vida íntima*, que puede englobar vertientes como la sexualidad, el cuerpo y los sentimientos.

b) Una *vida profesional*, enfocada en las relaciones y actividades del entorno laboral.

c) Una *vida digital*, generada a partir del empleo y aprovechamiento de Internet y las redes sociales virtuales para la proyección de su imagen y el establecimiento de vínculos e interlocución con otras personas.

d) Una *vida secreta*, en donde pudiesen entrar todo tipo de cuestiones personales que al sujeto no le interesa compartir con absolutamente nadie.

Por lo anterior, no resulta nada sencillo discernir jurídica e incluso periodísticamente entre vida pública y vida privada en un contexto tecnológico y global que tiende a entremezclar cuanta faceta personal aparece en el mundo físico y virtual.

El panorama se complejiza (o nos desafía, según se mire) al observar los distintos tipos de actores que pudiesen ver vulnerado su derecho a la privacidad:

a) Funcionarios públicos, en razón de su responsabilidad de Estado.

b) Personajes de la farándula, debido a la mercadotecnia generada por la industria del espectáculo.

c) Gente con notoriedad pública, en razón de su talento profesional reconocido o de su fuerte capacidad económica.

d) Sociedad civil en general, cuando cualquier ciudadano es motivo de cobertura periodística por incidentes o accidentes de aparente interés público.

En suma, y haciendo una recapitulación, tras revisar leyes y documentos nacionales e internacionales en materia de libertad de expresión y derecho a la privacidad; tras observar la variedad de vidas posibles que puede tener cualquier individuo en el mundo actual; tras considerar los diferentes tipos de actores susceptibles de ver afectados sus derechos de personalidad, entre ellos el de la vida privada; y tras remirar los escenarios y las dinámicas con los que se mueve hoy día la industria de los medios informativos, lo que nos asalta –más allá de certezas– es una serie de interrogantes e inquietudes.

Si bien los ordenamientos jurídicos tutelan la protección de la vida privada respecto de abusos e intromisiones de las autoridades, el mayor problema se presenta cuando tales excesos e injerencias ocurren por parte de particulares y, específicamente, de los medios de comunicación y sus periodistas:

- ¿La ambigüedad de las leyes constituye un aliciente para ello?
- ¿Vida pública y vida privada son derechos excluyentes y antagónicos?
- ¿Cómo armonizar ambos derechos en la legislación nacional?
- ¿De qué manera reglamentar el derecho a la privacidad sin coartar las libertades de expresión e información?
- ¿Qué tipo de recursos jurídicos o institucionales tiene el ciudadano de a pie para hacer valer su derecho a la privacidad cuando ésta se ve vulnerada por los medios informativos? ¿A qué entidad u organización puede recurrir en busca de apoyo para su defensa?
- Si una persona resulta afectada en su imagen y vida privada por la difusión informativa de un medio de comunicación, ¿qué puede hacer para la reparación de ese daño?
- ¿Hoy día tienen los medios mexicanos mecanismos que puedan contribuir a la reparación de daños cuando cometen excesos en su ejercicio periodístico?
- ¿En qué medida la autorregulación mediática significa un potencial instrumento para elevar los estándares de calidad y responsabilidad profesional?
- ¿Son útiles los mecanismos para la autorregulación periodística, tales como los códigos éticos, los defensores de la audiencia o los consejos de prensa?

- ¿Sólo los tribunales o instancias judiciales pueden intervenir en casos de conflicto entre vida privada y vida pública, o entre libertad de expresión y privacidad e imagen?
- Si la vida privada se inscribe hoy como derecho humano fundamental, ¿qué tanta prioridad le asignan las comisiones –nacional y de los estados– cuando tienen conocimiento de casos en torno a ciudadanos comunes?
- Si bien las comisiones de derechos humanos actúan frente a los abusos del Poder Público, ¿hasta qué punto es posible contribuir en favor de los ciudadanos cuando sus derechos –como el de la privacidad, el honor y la imagen propia– son vulnerados por los medios masivos de comunicación?

Las preguntas anteriores no son gratuitas. Sobran casos en los que algunas empresas mediáticas han incurrido en manejos periodísticos cuestionables por sus abiertas intromisiones y notoria afectación en la vida privada, honor e imagen de ciertas personas.

Baste recordar a vuelo de pájaro al menos tres ejemplos:

a) *Caso Kalimba*: A fines de 2010, el cantante Kalimba fue demandado por abuso sexual a una jovencita y con ello se desató el escándalo. No pocos medios se erigieron en un implacable tribunal que, con base en dichos y especulaciones, sentenciaron al artista. Carlos Loret de Mola, en los primeros días del 2011, le hizo una entrevista para Televisa que, tras una retahila de acusaciones, cobró el cariz de un juicio. A la vuelta del tiempo, Kalimba fue exonerado, pero el tribunal mediático que ya lo había sentenciado no hizo la fe de erratas correspondiente.

b) *Caso García Ramírez*: Ante el anuncio de la candidatura del Dr. Sergio García Ramírez para formar parte del Consejo General del entonces IFE, en MVS Noticias Carmen Aristegui entrevistó –el 14 de diciembre de 2011– a quien fuera esposa del catedrático alrededor de 20 años atrás. María Gómez Rivera aprovechó el micrófono para intentar impedir el nombramiento de su ex marido acusándolo de padre irresponsable, de tener conducta violenta y de padecer desequilibrio psicológico por lo cual era medicado. Pese a ello, el jurista se incorporó al Instituto Federal Electoral como consejero. Las críticas y cuestionamientos a Aristegui no se hicieron esperar. Es preciso reconocer que a diferencia de otros medios, la periodista se abrió al diálogo con el entonces *ombudsman* de MVS, Gerardo Albarrán, y expuso sus razones para entrevistar a María Gómez. El *ombudsman*, aunque avaló la postura de la conductora, observó un apresuramiento en el trabajo periodístico e insuficiencia de fuentes informativas de respaldo.

c) *Caso Multihomicidio de la Colonia Narvarte*: En julio pasado, una noticia conmocionó al DF e impactó a nivel nacional: en un departamento de la colonia Narvarte se hallaron a cinco personas asesinadas con un disparo en la cabeza y huellas de golpes diversos en sus cuerpos. Entre las víctimas figuraban la activista Nadia Vera y el fotoperiodista, colaborador de las revistas *Proceso* y *Cuartoscuro*, Rubén Espinosa. Algunos de los motivos por los que este hecho causó indignación fue porque semanas antes el periodista gráfico había denunciado amenazas provenientes de gente aparentemente vinculada al gobierno del estado de Veracruz, razón por la cual emigró a la ciudad de México. Ante las presiones de la opinión pública y de algunos medios de comunicación, la Procuraduría de Justicia del DF empezó a filtrar información reservada en torno a las pesquisas. Así, distintos medios, entre ellos el periódico La Razón, días posteriores divulgaron detalles y asuntos relativos a la vida privada de las personas ultimadas. Datos, videos y fotos, que por ley deberían permanecer secretos se hicieron del conocimiento público, sembrando la sospecha en las víctimas y afectando abiertamente sus derechos y los de sus familiares, como lo señaló la propia Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal.

Leyes, autorregulación y sociedad

Libertad de expresión y derecho a la vida privada e intimidad, coincidiendo con Perla Gómez, constituyen bienes jurídicos interdependientes y, por ello, con límites en su marco de acción. Por su propia naturaleza, en un Estado de Derecho la vinculación entre ambos tiende a estar marcada por el conflicto.

Como varios juristas y estudiosos han señalado, el único motivo que legal y éticamente justificaría echar luz en la privacidad de las personas, es que ésta impacte o tenga repercusiones en la vida pública debido al interés público que subyace en los hechos. Al respecto, vale recordar lo que el *Diccionario Jurídico Mexicano* (UNAM) dice acerca de Interés público:

"El conjunto de pretensiones relacionadas con las necesidades colectivas de los miembros de una comunidad y protegidas mediante la intervención directa y permanente del Estado".

Concretamente: son asuntos de la vida pública todo lo concerniente a la comisión de delitos, el abuso de poder, el uso personal de recursos públicos y el tráfico de influencias. Cuando una persona comete un delito, por ejemplo, su derecho a la vida privada en tal sentido queda restringido. Si bien, el derecho a la vida privada está protegido en el orden penal mexicano, lo cierto es que la ambigüedad y aplicación discrecional de la ley ha permitido que no pocas ocasiones ésta se aproveche para restringir e inhibir la libertad de expresión.

Una asignatura pendiente es que derechos de la personalidad tales como el de vida privada, el honor y la propia imagen sean considerados con especificidad en los códigos civiles, como ya ocurre en el DF.

Algunos estudiosos como Cuauhtémoc Manuel Barriguete han incluso propuesto incluir expresamente en el texto constitucional, y no sólo en códigos civiles, cual garantía individual, el derecho a la intimidad personal y familiar y el respeto al honor y a la propia imagen contra actos cometidos tanto por autoridades como por particulares.

Ahora bien, aunque la legislación nacional impone límites al ejercicio de las libertades de expresión e información, es indiscutible que permanecen zonas de ambigüedad donde la norma jurídica no puede aplicarse y en las que el factor decisivo corresponde a la determinación personal enraizada en la ética.

Ley y ética son caras de una misma moneda llamada responsabilidad, pues –como dice Victoria Camps– la función de la ética no es sustituir la ley sino ayudar a su justo cumplimiento. Dicho de otra manera: es indiscutible que la libertad de expresión debe estar garantizada por la ley, que tipifique y sancione sus excesos. Sin embargo, no significa el único camino para evitar los abusos y estimular el sentido de responsabilidad. De manera paralela es preciso insistir en la pertinencia de la autorregulación de los medios de comunicación, que es un sistema de reglas éticas asumido por uno o varios medios en relación con la sociedad y el Estado.

La asunción de mecanismos autorregulatorios debe darse independientemente del impulso de nuevas normas jurídicas, porque ética y leyes no son excluyentes sino complementarias. Los códigos éticos, los defensores de la audiencia y los consejos de medios o de prensa representan los mecanismos autorregulatorios más conocidos. Su presencia y evolución en México es todavía muy pobre: habiendo un número superior a los 3,500 medios de comunicación, solo registramos 37 códigos de ética periodística y diez defensores de la audiencia en el país.

Pese a su incipiente desarrollo, la autorregulación mediática puede significar un blindaje a la libertad de expresión de cara a la sociedad. Igualmente pueden significar un faro de orientación y apoyo para los periodistas, particularmente frente a dilemas éticos generados por coberturas informativas de alta complejidad.

Vale la pena resaltar que los códigos éticos, por ejemplo, no son la panacea a todo tipo de conflictos. La garantía de cumplimiento y eficacia de un documento deontológico dependen de la existencia y funcionamiento efectivo de algún mecanismo de seguimiento que vele por su respeto y aplicación: trátese de un consejo editorial, un defensor de la audiencia o un observatorio ciudadano. Sin una instancia que monitoree, analice, valore y determine sobre la calidad de los contenidos y su apego a las normas éticas, el código tenderá a convertirse en un recurso ornamental. Centralmente inducidos a partir de la iniciativa de los propios informadores y directivos de los medios, los códigos éticos apelan a la convicción, no a la coacción o la sanción como sí lo hacen las leyes.

Una consideración que conviene resaltar: el que resulten útiles o no las normas éticas también se vincula con el grado de participación ciudadana, no únicamente de los medios y sus periodistas. Creemos oportuno el señalamiento habida cuenta que la exigencia de calidad mediática y de responsabilidad periodística es una asignatura que compete a instituciones públicas, medios de comunicación y sociedad civil. En esta tesitura, los temas de libertad de expresión y derecho a la vida privada e intimidad, por tratarse de derechos humanos vitales, necesitan mirarse no sólo desde la normatividad jurídica y la autorregulación ética. Como antes sostuvimos, no podemos soslayar la iniciativa social con apoyo de la academia y los organismos autónomos, en especial de las comisiones de derechos humanos.

Cuando un ciudadano es vulnerado en su derecho a la privacidad, a la propia imagen o al honor, ¿qué puede hacer para su defensa? Si se trata de un funcionario público, o algún personaje de la farándula o de cierta gente con notoriedad social, tiene en principio a la mano recursos económicos para contratar un abogado y entablar una demanda, además de aprovechar sus relaciones profesionales o personales para posicionar su versión en los medios masivos. ¿Pero qué ocurre cuando los afectados en sus derechos de personalidad son ciudadanos de a pie, sin presencia pública, ni mediática, ni con poder económico?

En el mejor de los casos, si el medio informativo implicado tuviese código deontológico y considerase el principio ético violado, por lo menos podría cuestionársele públicamente su proceder. Pero asumiendo que en México sólo consignamos 37 códigos éticos y que muy pocos se aplican a cabalidad, observamos que el panorama no es nada halagüeño y, por lo tanto, no puede dejarse todo a la voluntad de las empresas de comunicación.

Ante esa realidad resulta indispensable buscar vías alternas y una que podemos visualizar involucra la iniciativa social con el apoyo de una o varias instituciones públicas vinculadas a la promoción y defensa de los derechos humanos. ¿Es posible la creación de una instancia en favor de los derechos de las audiencias, promovida por ejemplo por una o varias comisiones de los derechos humanos (estatales y nacional)?

No soslayamos que tales órganos autónomos asumen como principio rector sólo defender casos de abuso de la autoridad frente a la ciudadanía. No obstante ponemos sobre la mesa la propuesta de que, desde el seno de una entidad como la Comisión de Derechos Humanos del DF o la Comisión Nacional de Derechos Humanos, con su respaldo institucional, pueda gestarse un Consejo Ciudadano en Pro de los Derechos de las Audiencias.

¿Quiénes participarían y cuál sería la función de ese Consejo? Partiendo del hecho de que no se tratase de un órgano autorregulatorio sino de una instancia social bajo el cobijo insti-

tucional de una o varias comisiones de derechos humanos, sería conveniente que al menos participaran en dicho Consejo:

- Periodistas.
- Representantes de la sociedad civil organizada.
- Académicos.
- Miembros de comisiones de derechos humanos.

Entre las tareas del referido Consejo Ciudadano estarían por ejemplo:

a) Vigilar el cumplimiento de los códigos de ética existentes y, en los casos de verse violados, hacerlo patente mediante pronunciamientos públicos.

b) Monitorear casos en los cuales se vulneren los derechos humanos de la ciudadanía a través de los medios de comunicación.

c) Asesorar a los medios de comunicación que lo soliciten en la concepción, desarrollo y aplicación de mecanismos autorregulatorios, tales como códigos de ética, estatutos de redacción y ombudsman de la audiencia.

d) Realizar estudios periódicos sobre calidad mediática, derechos de las audiencias y responsabilidad social de los medios.

e) Realizar sugerencias o recomendaciones a los medios sujetos de observación, escrutinio y crítica. Si no contasen con códigos de conducta, el consejo se basaría en referentes deontológicos internacionales para sustentar los casos de vulneración a principios éticos y derechos ciudadanos.

Quizás la propuesta de un Consejo Ciudadano en Pro de los Derechos de las Audiencias pudiera interpretarse como un instrumento para inhibir la libertad de expresión. Pero no es así, al contrario. Gravita en esta iniciativa una búsqueda de complementariedad entre tres ámbitos sustantivos para un sistema democrático: el ordenamiento jurídico, la autorregulación ética de los medios informativos y la participación ciudadana.

En la medida de que esas tres aristas caminen de la mano será posible avanzar en el respeto de los derechos humanos y el fortalecimiento de una auténtica democracia.●

Fuentes

- Castrillón, L. (17 de Febrero de 2015). *Los Límites de la Libertad de expresión*. Recuperado el 7 de Octubre de 2015, de Etcétera: http://etcetera.com.mx/articulo/los_limites_de_la_libertad_de_expresion/34334/
- De Dienheim Barriguete, C. M. (Septiembre de 2002). E*l derecho a la intimidad, al honor y a la propia imagen*. Recuperado el 7 de 10 de 2015, de Instituto de Investigación Jurídicas (UNAM): http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/derhum/cont/57/pr/pr28.pdf
- Estrada Avilés, J. (s.f.). *El derecho a la intimidad y su necesaria inclusión como garantía individual*. Recuperado el 7 de 10 de 2015, de Orden Jurídico Nacional: http://www.ordenjuridico.gob.mx/Congreso/pdf/86.pdf
- Gómez-Robledo Verduzo, A. (s.f.). *El derecho a la intimidad y el derecho a la libertad de expresión. Derechos Humanos fundamentales*. Recuperado el 2015 de Octubre de 2015, de http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/4/1840/17.pdf
- Hernández-Machado Santana, E. (14 de Mayo de 2013). *La Libertad de expresión vs la vida privada*. Recuperado el 7 de Octubre de 2015, de El Día: http://eldia.com.do/la-libertad-de-expresion-vs-la-vida-privada/
- Martí de Gidi, L. d. (Julio de 2003). *Vida privada, honor, intimidad y propia imagen como derechos humanos*. Recuperado el 7 de Octubre de 2015, de Vlex: http://doctrina.vlex.com.mx/vid/vida-honor-intimidad-propia-imagen-42332250
- Medina, A. (8 de Agosto de 2011). *La Libertad de expresión periodística y sus límites*. Recuperado el 7 de Octubre de 2015, de Quintana Roo al día: http://www.quintanarooaldia.com/opinion/la-libertad-de-la-expresion-periodistica-y-sus-limites/877
- Moreno Flores, A. (s.f.). *Derecho a la intimidad, su significación y regulación en el derecho español y mexicano*. Recuperado el 7 de Octubre de 2015, de Suprema Corte de Justicia de la Nación: https://www.scjn.gob.mx/Transparencia/Lists/Becarios/Attachments/3/Becarios_003.pdf

Omar Raúl Martínez Sánchez es docente Investigador Titular del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa. Director de *Revista Mexicana de Comunicación.*

YouTube: Epicentro del espionaje político

Escándalos en las campañas de 2015

> “Las campañas de 2015 pasarán a la historia por la gran cantidad de escándalos políticos que se presentaron, sobre todo porque los más estridentes provenían del espionaje. La novedad es que el epicentro de los terremotos ya no es la televisión o la radio sino el YouTube de la Internet. En 2015 las campañas de todo el país estuvieron llenas de audioescándalos y videoescándalos, es decir, grabaciones de conversaciones privadas de los políticos y candidatos.”

Germán Espino Sánchez

Entre los casos más famosos en 2015 están las conversaciones de la candidata del PRI al gobierno de Sonora, Claudia Pavlovich, pidiendo moches a los funcionarios estatales por diversos financiamientos públicos que ella gestionó. Otro de los casos famosos es una presunta conversación entre los senadores y candidatos a gobernadores Carlos Mendoza Davis y Francisco Domínguez. En esta conversación Carlos Mendoza Davis ofrece la colaboración de un empresario que otorgaría 6 millones de pesos mensuales para financiar la campaña de Domínguez. Por último, cabe recordar la plática entre Lorenzo Córdova, presidente del Consejo General del INE, con Edmundo Jacobo, secretario ejecutivo del INE. En esta plática, Lorenzo Córdova se destornilla de risa por los gestos de un indígena al que llama el “gran Jefe de la Gran Nación Chichimeca”.

La política como espectáculo mediático llega a su culmen con la agenda de temas negativos y escándalos mediáticos que se convierten en el corazón de la información de las campañas. Hay que matizar que los medios de comunicación en México suelen llamar “escándalo” a cualquier información de carácter negativo para un candidato. En este artículo distinguimos entre “escándalo” y “tema negativo”. Estos últimos son noticias que influyen negativamente en la campaña de un candidato. En cambio los escándalos serán entendidos con la siguiente definición:

“Escándalo denota aquellas acciones o acontecimientos que implican ciertos tipos de trasgresión que son puestos en conocimiento de terceros y que resultan lo suficientemente serios para provocar una respuesta pública.” (Thompson, 2001, p. 32)

Como los escándalos tienen un alto *rating*, a los medios les interesa develar los conflictos de los famosos. Los escándalos representan ese tipo ideal de noticia para que cualquier medio rebase a la competencia, es una nota original, trascendente, novedosa… En el mejor de los casos se convierte en una bola de nieve que se reproduce en todos los medios y da fama al medio que la maquinó. La industria del escándalo es una rama subsidiaria de la industria mediática. En la actualidad hay numerosos programas de “chismes” y la mayor parte de los noticiarios integran un componente fundamental de “chisme”. Sobra aclarar que muchos de estos programas se ubican en el prime time de la televisión gracias a las grandes audiencias que convocan.

Salomé Berrocal (2012) explica que los programas informativos están dominados por los sucesos o hechos triviales, presentando las “noticias serias” con una visión frívola, uniforme y residual. Desde esta fecha, se establece el término anglosajón infotainment para designar a determinados programas que combinan la información con el entretenimiento; en español se habla de “infoentretenimiento político”.

El infoentretenimiento sería una mezcla de información y entretenimiento. Incluso los medios de comunicación tradicionales le han apostado a este infoentretenimiento para lograr un mayor *rating*. Además es mucho más barato y cómodo recurrir a estos vídeos que dedicar tiempo, dinero y esfuerzo a los periodistas que trabajan temas de periodismo de investigación, relevantes y novedosos, pero a veces “aburridos” para la mayoría de los espectadores.

Los escandalos en You Tube suelen marcar la agenda de los medios tradicionales. Foto: Captura de pantalla de NOTICIASMVS / YouTube.

Y en el principio de los tiempos democráticos… ya estaba el escándalo

La historia de los audioescándalos de espionaje en la democracia mexicana comienza, en términos generales, con los videoescándalos de Carlos Ahumada en 2003. Esta serie de videoescándalos puso en jaque al jefe de gobierno Andrés Manuel López Obrador y al líder perredista Rene Bejarano lo llevó a la cárcel.

En 2006, después de que Calderón llegó a la presidencia con una gran campaña negativa, el IFE prohibió las mensajes negativos. Cerraron las puertas a todas las campañas negativas, incluso quizá a muchas críticas que son moralmente justificadas. Por ejemplo, si un candidato tiene graves antecedentes legales o morales sus adversarios deberían tener derecho a denunciarlo para que la ciudadanía no vote por él.

Al cerrar la radio y la televisión a las campañas negativas, estas comenzaron a transmitirse desde YouTube. En 2009 en YouTube comenzó a proliferar un video satírico sobre Fidel Herrera, el gobernador de Veracruz; todo ello en el contexto de las campañas para las gubernaturas de los estados. El video era una parodia del tema musical de la película *Rudo y cursi*. En el video de YouTube el tema de la canción se burlaba de Fidel Herrera a quien llamaban "Rata y cursi".

El gobernador de Veracruz solicitó al IFE censurar el video. El IFE accedió a la solicitud y pidió a YouTube México que eliminara el video de la plataforma digital. YouTube México obedeció y eliminó el video. Sin embargo, la prohibición tuvo un efecto contraproducente. Por un lado, el video se volvió famoso por la censura, por otra parte, en vez de que desapareciera, el video se multiplicó en YouTube y otras plataformas. Gracias a ello se convirtió en el más visto de la temporada. Desde entonces el IFE aprendió que era contraproducente prohibir los videos de campaña negativa en la Internet, incluso aquellos que contravenían la ley; nunca más ha tratado de censurar un video en la Internet.

La plataforma YouTube

El problema es que YouTube es una plataforma muy abierta y difícil de controlar. Los administradores de YouTube no revisan los videos antes de que las personas lo suban. La plataforma funciona así:

1) un usuario cualquiera puede subir un video;

2) YouTube revisa el video cuando ya está en línea;

3) mientras YouTube evalúa el contenido del video, otros usuarios ya lo habrán visto e incluso descargado;

4) cuando YouTube censura un video este ya se ha multiplicado

en el ciberespacio y será casi imposible de erradicar, porque comienza un juego de necios: YouTube lo baja y prohíbe los videos con ese nombre, pero otros usuarios suben este mismo video con otro nombre…

Existen aplicaciones para publicar y acumular todo tipo de documentos; los más populares son los portales que acumulan videos. Tal es el caso de YouTube, pero también los hay de fotos como Instagram y Flickr; de audios y videos como BitTorret, etc. Estas plataformas permiten que los usuarios comenten los contenidos, declaren sus preferencias ("me gusta" o "no me gusta"); de esta manera, los usuarios que han creado los contenidos reciben una importante retroalimentación.

Aunque originalmente YouTube fue creado como un sitio de intercambio de videos amateurs, en la actualidad ha sido colonizado por las grandes compañías de medios de comunicación. De esta manera, las estrellas de la música, catapultados por la industria de la farándula, se han convertido en los actores dominantes. También las grandes compañías de televisión suelen tener una presencia dominante en los portales de videos, difundiendo sus programas y su publicidad.

Algo similar sucede con los políticos. Usan los portales de videos para difundir su publicidad política y para hacer spots negativos que no tienen cabida en la televisión o la radio. Esto último es una actividad especialmente importante en países como México, donde la publicidad negativa está proscrita.

Pero los espectáculos no involucran a las audiencias para hacer un consumo activo, sino que propician un consumo pasivo. Según numerosos reportes de investigación empírica, los usuarios de los portales de videos consumen videos de manera pasiva como lo hacían con la televisión y raramente adoptan una actitud participativa. Es decir, muy pocas veces suben videos propios (Gallardo y Alonso, 2011). Lo más que suelen hacer es escribir comentarios o etiquetar los videos; la mayoría de usuarios no registra ningún tipo de participación. De esta manera, YouTube pierde su esencia de red social y se convierte más en televisión por Internet.

Por estas características de los portales de alojamiento de videos, las estrellas de la música comercial en la primera década del siglo XXI se han convertido en los actores dominantes de YouTube (como Taylor Swift, PSY, Justin Bieber, Katy Perry, Lady Gaga, etc.). Por primera vez en la historia, su éxito se debe a su trabajo en las redes sociales más que a su participación en la televisión o la radio. En las primeras dos décadas del siglo XXI, estas celebridades de música pop han encabezado las listas de popularidad en YouTube y en las redes sociales.

Hay que aclarar que los videos de YouTube usualmente tienen bajo impacto en la política porque existe una brecha digital. Además, la mayoría de internautas son jóvenes, muchos de ellos adolescentes que no votan. Otros son jóvenes que tradicionalmente son abstencionistas. De manera que la mayoría de internautas no se preocupa mucho por la política convencional (IFE, 2003).

En la sección política de YouTube sucede más o menos lo mismo, quienes tienen más audiencia son los políticos famosos impulsados por sus estructuras políticas, el gobierno y/o los partidos, los medios y, sobre todo, por los escándalos políticos.

Sin embargo, a pesar de la brecha digital, los escándalos políticos que se trasmiten desde YouTube a menudo tienen la capacidad de marcar la agenda en los medios de comunicación tradicionales (televisión, radio y prensa). Con esto, los escándalos logran una gran cobertura e impacto social.

Los escándalos se propagan gracias a la convergencia mediática

Como se puede apreciar, el impacto de YouTube no sólo depende de las redes sociales, sino también de su impacto en los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa. Esto es más evidente porque en México la mayor parte de la población no tiene acceso a Internet (INEGI, 2014), por lo que se informan, predominantemente, con la televisión. Diferentes estudios marcan que los mexicanos ven 4.5 horas de televisión al día (Conaculta 2010).

Hay que insistir en que viejos y nuevos medios están interconectados, de manera que se influyen mutuamente. A decir de Henry Jenkins (2008) los nuevos medios (las redes sociales) no vienen a desplazar a los viejos (televisión, radio y prensa), sino que ambos se hibridan. Este proceso de hibridación también se verifica en los productos culturales, donde colisionan viejos y nuevos contenidos. Por otra parte estos contenidos son generados no sólo por los corporativos sino también por los usuarios, después estos contenidos se transmiten por viejos y nuevos medios, de boca en boca, a través de todos los canales de comunicación que tiene el tejido social.

Henry Jenkins (2008) habla de tres procesos que están dando forma a la cultura de las sociedades occidentales en los países desarrollados, estos son "la convergencia mediática, la cultura de la participación y la inteligencia colectiva". Al conjunto de estos procesos comúnmente se le llama cultura de la participación y la convergencia.

La convergencia mediática, para Jenkins, refiere al flujo de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas; la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo de experiencias de entretenimiento que desean (Jenkins, 2008, p. 14). En el mundo de la convergencia mediática se cuentan todas las historias importantes, se venden todas las marcas y se atrae a todos los consumidores a través de múltiples plataformas mediáticas… (Jenkins, 2008, p. 14)

Jenkins (2008) y otros autores explican cómo los medios tradicionales también están aprendiendo a usar los nuevos recursos de la Internet para producir y distribuir sus propios

contenidos. De esta manera se están integrando redes verticales y horizontales de comunicación; con ello los corporativos mediáticos tienen la oportunidad de controlar la producción cultural independiente o alternativa. Además, estos nuevos desarrollos tecnológicos promovieron nuevas perspectivas en áreas como el periodismo en línea, de manera que, en la actualidad, la comunicación de masas gira en torno a la Internet, desde la producción hasta la transmisión (Jenkins, 2008).

La circulación de los contenidos mediáticos (a través de diferentes sistemas mediáticos, economías mediáticas en competencia y fronteras nacionales) depende enormemente de la participación activa de los consumidores (Jenkins, 2008) . Este autor advierte que en la actualidad hay tanta información que nadie puede manejarla, entonces las personas dialogan para encontrar lo que quieren, estos son procesos de inteligencia colectiva. De manera que actualmente nos hayamos "ante un nuevo medio de organización social, cultural y política, que instaura un nuevo régimen tecnosocial. Además, las multitudes inteligentes están surgiendo no desde las elites de la sociedad, sino desde los aficionados, que están cambiando su forma de reunirse, de trabajar, de comprar, de vender, de gobernar así como de crear (Rheingold 2004).

Los problemas de la democracia en México

Pero una política conducida por los escándalos en YouTube no parecería obra de la inteligencia colectiva, sino de la manipulación de los políticos y grandes grupos de poder. Estos procesos no promueven la participación de los usuarios, sino que tratan de manipular a los usuarios.

Las campañas de 2015 oscurecidas por los escándalos de espionaje prometen seguir adelante. El porvenir parece un futuro de nubarrones electrizados por los relámpagos del escándalo político. En términos generales, las filtraciones son como actos terroristas, se proponen escandalizar a la población y casi siempre logran su cometido: reventar las campañas de los personajes espiados. Todo ello no significa que los escándalos conduzcan a una derrota electoral irremediable, pues, por ejemplo, los políticos más acosados por los escándalos en 2015 ganaron sus campañas, entre ellos: Francisco Domínguez, Carlos Mendoza Davis y Claudia Pavlovich.

Las multitudes inteligentes están surgiendo desde los aficionados.
Foto: Isaac Esquivel / Agencia Cuartoscuro.

También queda claro que la calidad del espionaje no se puede atribuir a aficionados sino a verdaderos profesionales; a equipos formados por el Estado mexicano y en el extranjero, en las malas artes que dieron fama a la KGB, la CIA y las redes del CISEN.

En términos generales se puede asegurar que sólo desde el gobierno (federal y/o estatal) y desde grupos poderosos del más alto nivel, se puede intervenir teléfonos, así como monitorear las actividades cotidianas de los líderes políticos estatales y nacionales. El espionaje es una actividad muy riesgosa y si no se tiene un amparo contra las agresiones, no es viable. Sólo al amparo de las dependencias gubernamentales o de líderes políticos muy poderosos un espía puede realizar su actividad sin poner en riesgo su vida.

De esta manera los grupos poderosos usan YouTube para destacar un tema pero también para aplastarlo. Por ejemplo, en los inicios de la campaña presidencial de Enrique Peña Nieto, en Internet se volvió viral un video de Peña Nieto en la feria del libro donde el entonces candidato dictaba cátedra de estupidez. Después la hija de este candidato se burló de quienes criticaban a su padre descalificándolos con un adjetivo discriminatorio, llamándolos: "los pendejos de la prole". Esto vino a incendiar las redes sociales, de manera que el acto discriminatorio de la hija y las tonterías del padre motivaron muchos trending topics en el mes de diciembre de 2011. Pero todo este "diciembre negro" de Enrique Peña Nieto fue ocultado por los grandes medios y hasta distorsionado, para favorecerlo. Al final, sus yerros ocultados por los grandes medios no tuvieron impacto en las encuestas (Espino, 2015).

Este es un gran ejemplo de cómo los grandes medios de la televisión y la radio pueden ocultar un tema. En cambio cuando les interesa destacarlo, lo manejan en los principales medios del país y lo propagan por la Internet. Incendian las redes cuando quieren y cuando no lo desean, las apagan.

Esto no quiere decir que no haya tendencias de opinión en la red que sean orgánicas, sino que las más importantes para las campañas usualmente son manipuladas por los equipos de campaña de los candidatos. Existen casos excepcionales como el movimiento #Yosoy132 que logró impactar en las elecciones y se les fue de las manos al PRI y a Televisa, pero pronto lograron controlarlo. En términos generales, podemos asegurar que la industria del escándalo por YouTube está controlada por el Estado y los grupos más poderosos del país.

Hay muchas razones para prohibir las campañas negativas salvajes que proliferan en YouTube, por ejemplo:

1) en la mayoría de los casos se viola la privacidad de los personajes públicos;

2) normalmente los escándalos son distractores que sirven para desviar la atención de los temas fundamentales de la política;

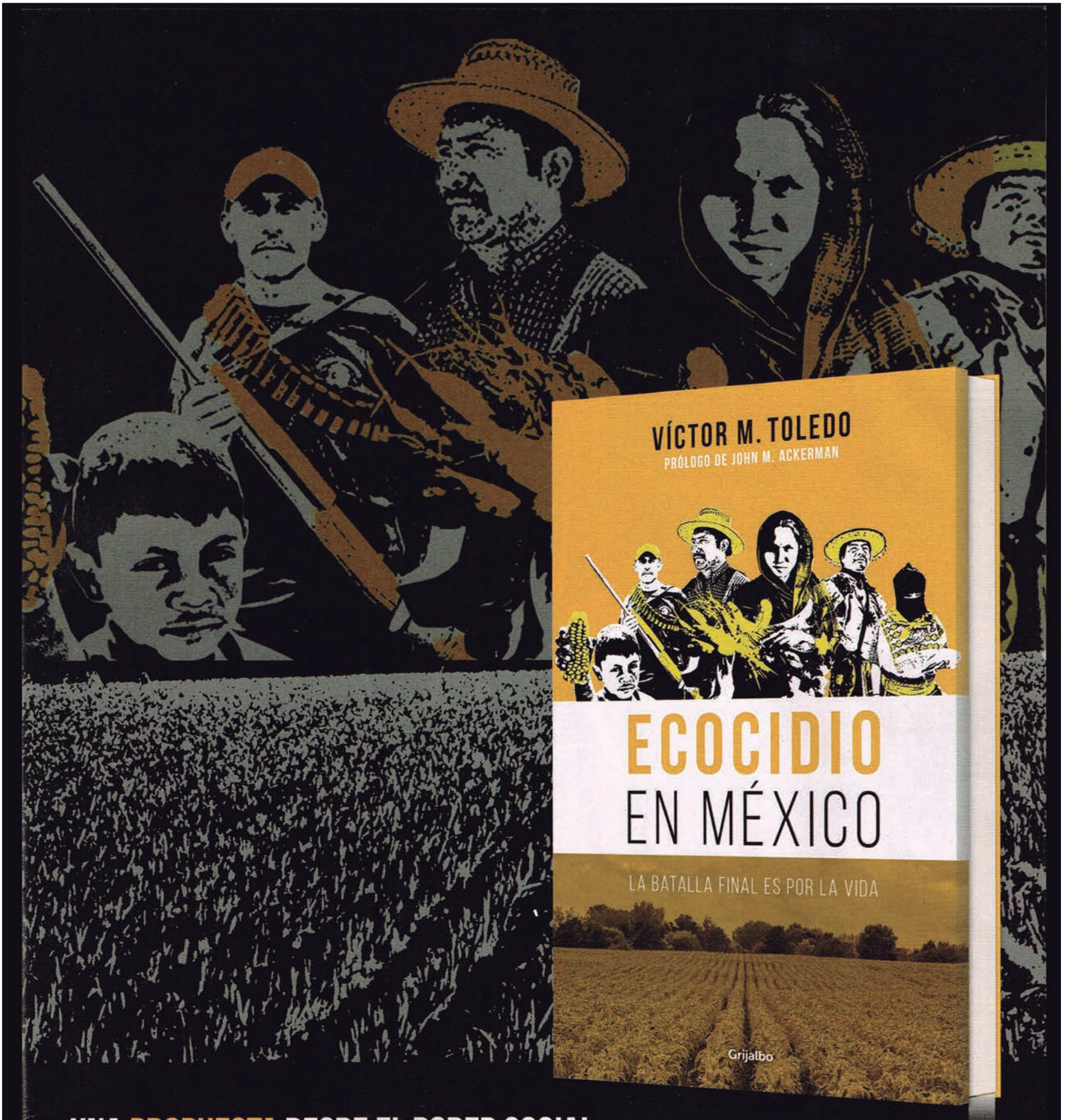
3) los que maquinan los escándalos suelen ser personajes muy poderosos que se empeñan en aplastar a sus adversarios con la fuerza del Estado o con la del poder económico…

Pero puede haber algo más profundo en toda esta discusión. Detrás de todo, lo que impera con los escándalos es un tipo de política que no es democrática, es un juego de política espectáculo que apuesta a llamar la atención de la gente en cuestiones secundarias. Los escándalos brindan un espectáculo como muchos otros de la TV que la gente observa diariamente. La política se convierte en un programa de entretenimiento, cuando la democracia nos pide que sea un debate profundo y racional sobre el bienestar del pueblo. Creo que la mayoría de expertos en política apostaríamos por prohibir los escándalos que provienen del espionaje. Como ya mostramos, casi es imposible prohibirlos en YouTube, pero si se prohibieran en los medios convencionales (radio, TV y prensa) ya le quitaríamos al alacrán más de la mitad de su veneno.●

Referencias

- Berrocal, Salomé et al (2012) El "infoentretenimiento" político en Internet: La presencia de cinco líderes europeos en YouTube", Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas, Vol. 11, No 4 (2012) , Universidad de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela, España.
- Conaculta (2010), Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales, México, disponible en <www.conaculta.gob.mx/>, consulta: 16 de diciembre de 2010.
- Consulta Mitofsky (2012), La elección, variables fundamentales para seguir el proceso electoral, Consulta Mitofsky, 10 de enero. www.consultamitofsky.com
- Espino Sánchez, Germán (2015) "Enrique Peña Nieto y el triunfo de la política espectáculo en las campañas presidenciales de 2012", en Morales Garza, Martha Gloria y Luis Alberto Fernández García (Coordinadores) *La elección presidencial de México*, 2012. Fontamara, México.
- Jorge Gallardo Camacho, Ana Jorge Alonso La baja interacción del espectador de videos en Internet: caso YouTube España, en Revista Latina de ComunicaciónSocial, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna
- INEGI (2014) Módulo sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares 2014 (MODUTIH 2014), México.
- Jenkins, Henry (2008) Convergence culture, Paidós, Barcelona.
- Rheingold, Howard (2004). Multitudes inteligentes. La próxima revolución social. Gedisa, Barcelona.
- Thompson, John B. (2001) El Escándalo político: poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación, Paidós, Barcelona.

Germán Espino Sánchez es profesor investigador de la Universidad Autónoma de Querétaro. Doctor en Ciencia Política por la Universidad Autónoma de Barcelona. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores.



UNA PROPUESTA DESDE EL PODER SOCIAL ANTE LOS PROYECTOS MODERNIZADORES QUE SIEMBRAN LA DESTRUCCIÓN EN EL PAÍS.

Grijalbo /megustaleermexico www.megustaleer.com.mx @megustaleermex

Pensar la revolución informativa

Cambios en la educación, la ciencia y la inteligencia artificial

> “Innovaciones sociales y tecnológicas como las redes sociales, los robots o el análisis del *big data* hacen necesario replantear cómo pensamos el mundo. La ciencia, la educación y hasta la ética deberán encontrar formas de procesar el cambio.”

Carmen Gómez Mont

Primer escenario: Big data y la ciencia

Si Facebook fuera un país contaría con 1.4 mil millones de habitantes más que China, señala Dominique Boulier, destacado investigador francés.

Estar conectado es hoy uno de los mayores valores de la revolución informativa. Sin embargo, escasamente se habla de la capacidad del ser humano para comprender y analizar la diversidad de prácticas que vienen emergiendo en las redes sociales. Ante la rapidez con la que circulan datos brutos es factible revelar un sin fin de variables, sin embargo hasta el día de hoy la sociología aún no sabe cómo interpretar más allá de la estadística los procesos de apropiación tecnológica dentro de un mundo que gradualmente revela su diversidad. ¿Qué hay más allá de los perfiles que se construyen masivamente (*big data*) y se destinan a las ventas de servicios y productos?

Se trata de datos que se venden para la publicidad, producto de hacer rastreos a la huella digital que cada uno de los usuarios va dejando tras cada búsqueda o consulta. Sin embargo hasta ahora no se han creado los conceptos ni las categorías adecuadas para interpretar socialmente cada una de las prácticas que vienen emergiendo del uso de Internet. Aún lo pensamos y lo comprendemos desde una mentalidad que data del siglo XIX: se trata de los tiempos largos que dieron pie a las obras de Durkheim y Weber o de los medianos plazos que partieron de las encuestas de opinión. Pero desde esta concepción ¿hasta dónde realmente comprendemos la interconexión a nivel mundial, regional y hasta local?

¿Qué nueva concepción espacio temporal tendríamos que inventar para lograr crear una disciplina que nos lleve a comprender cabalmente el fenómeno Internet?

Segundo escenario: La inteligencia artificial y los robots

Desde el año 2000 el desarrollo de la inteligencia artificial ha permitido que se lleve a cabo una evolución en la creación de robots humanoides. Actualmente se cuentan 1.6 millones que desarrollan varios usos: industriales, militares y de compañía. Para el 2016 se espera que se estén produciendo 200 mil al año.

Los robots se introducen paulatinamente en marcos de vida cotidiana al “humanizarse”. Por ejemplo, imitando a los animales como el Aibo (japonés), o bien el propio Asimo (TNKfreePaul, 2015) que se ha convertido en una revelación por la precisión con la que ejecuta movimientos y parece obedecer a sus interlocutores humanos. Pepper es un robot que habla 17 lenguas y que en Japón se ha vuelto ya un miembro de la familia, según lo reporta Annie Kalin (*Le Monde*). Actualmente se cuentan 16 mil robots humanoides que están desarrollando tareas importantes, por ejemplo, con enfermos de Alzheimer o personas autistas, entre otros. Sin embargo, hay que reconocer que así como nos maravillan, nos causan terror. Hay cuestiones jurídicas, éticas y sociales que habrá que atender desde esta innovación. Lo grave consistirá en constituir normas, leyes y reglamentos dentro de dimensiones totalmente desconocidas para la sociedad del siglo XXI. El riesgo puede ser que el fenómeno humanoide se escape de las manos. Ya Stephen Hawking señalaba que para el 2025 cada dos de tres empleos podría ser asumido por un robot.

A tal grado se espera que su llegada sea abrumadora que se crean asociaciones para su defensa, sobre sus derechos, e incluso sobre cuestiones éticas pensando en su injerencia dentro del campo militar. Esto no es sino el inicio.

¿Será el robot un aliado o un enemigo del hombre? ¿Quiénes participan ya en su diseño? ¿Qué tanto las mujeres pueden tomar parte

Los robots se introducen paulatinamente en marcos de vida cotidiana al humanizarse.
Foto: "Aibo ERS-220" por Shuichi Aizawa / Flickr.

dentro de la investigación y aplicaciones de la inteligencia artificial, originalmente reservada a hombres? ¿Qué decir de la participación de países menos poderosos dentro de lo que se ve ya como un rubro fundamental para el siglo XXI?

Tercer Escenario: La educación y la ciencia

¿Cómo comprender la expansión de la inteligencia artificial dentro de una educación en plena crisis? ¿Una educación que se caracteriza por una baja de atención y una desmotivación creciente? ¿Qué implicaciones puede tener la creciente aplicación de robots humanoides dentro de sociedades en plena crisis no en uno sino en todo sentido?

Claudio Naranjo señala que para lograr salir de la crisis educativa hace falta formar estudiantes que puedan pensar en profundidad. Que sus mentes adquieran conciencia de sí mismas, que los ciudadanos recuperen la pérdida de vida interior, que sean capaces de asombrarse. Estas propuestas son urgentes pues la ciencia y su aplicación a nuestras vidas está dando pasos agigantados, ciencia que puede solucionar enormes problemas pero que también los puede agravar.

Para sopesar su evolución e injerencia en nuestras vidas hará falta una educación holística, como bien lo señalan Claudio Naranjo y Mathieu Ricard y que las escuelas y universidades pongan el acento en la formación de un pensamiento más profundo, más crítico y analítico. En caso contrario, el resultado podría ser desastroso. ●

Referencias

- TNKfreePaul(TNK프리오토). (5 de Abril de 2015). *Honda Asimo 2015 (혼다 아시모)*. Recuperado el 7 de Octubre de 2015, de YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=QRB7kpduzUw

Carmen Gómez Mont es investigadora especializada en los usos sociales de las TIC's. Doctora en Ciencias políticas y sociales por la UNAM con orientación en Comunicación e Innovaciones Tecnológicas. Fundó la Cátedra UNESCO "Telecomunicaciones y Sociedad" en la Universidad Iberoamericana.

Periodismo y curaduría de contenidos

Camino ineludible en la era digital

> “Hacer periodismo no puede seguir siendo solamente producir contenidos. En una era donde lo que más abunda es la información, el periodista debe asumirse cada vez más como un filtro en vez de ser una fuente más de ruido. El concepto de la curaduría de contenidos es valioso porque nos permite revalorar nuestro oficio como un servicio público donde el lector está en el centro. El periodista ya no es el del megáfono, ni el que da voz a los sin voz. Más bien debemos apostar por un periodismo que ordene, jerarquice, *filtre* y, sobre todo, cure.”

Jorge Tirzo

La dinámica tradicional de los medios tenía principalmente una visión del periodista como productor (de textos, contenidos, programas, revistas). En esa lógica tenía sentido porque el sistema de medios masivos estaba basado en que solo unos pocos tenían acceso a los carísimos medios de producción (la imprenta, las salas de redacción, el papel, los satélites, las cámaras fotográficas). Actualmente, aunque la brecha digital sigue siendo importante en regiones como Latinoamérica, el costo de producir contenidos es infinitamente más bajo que antes. Tal vez emprender un periódico digital -como *Animal Político* o *Sin Embargo*- sigue siendo muy costoso. Sin embargo, cada vez surgen más proyectos de producción de contenidos a muy bajos costos y que a veces ni siquiera siguen la lógica del periodismo tradicional.

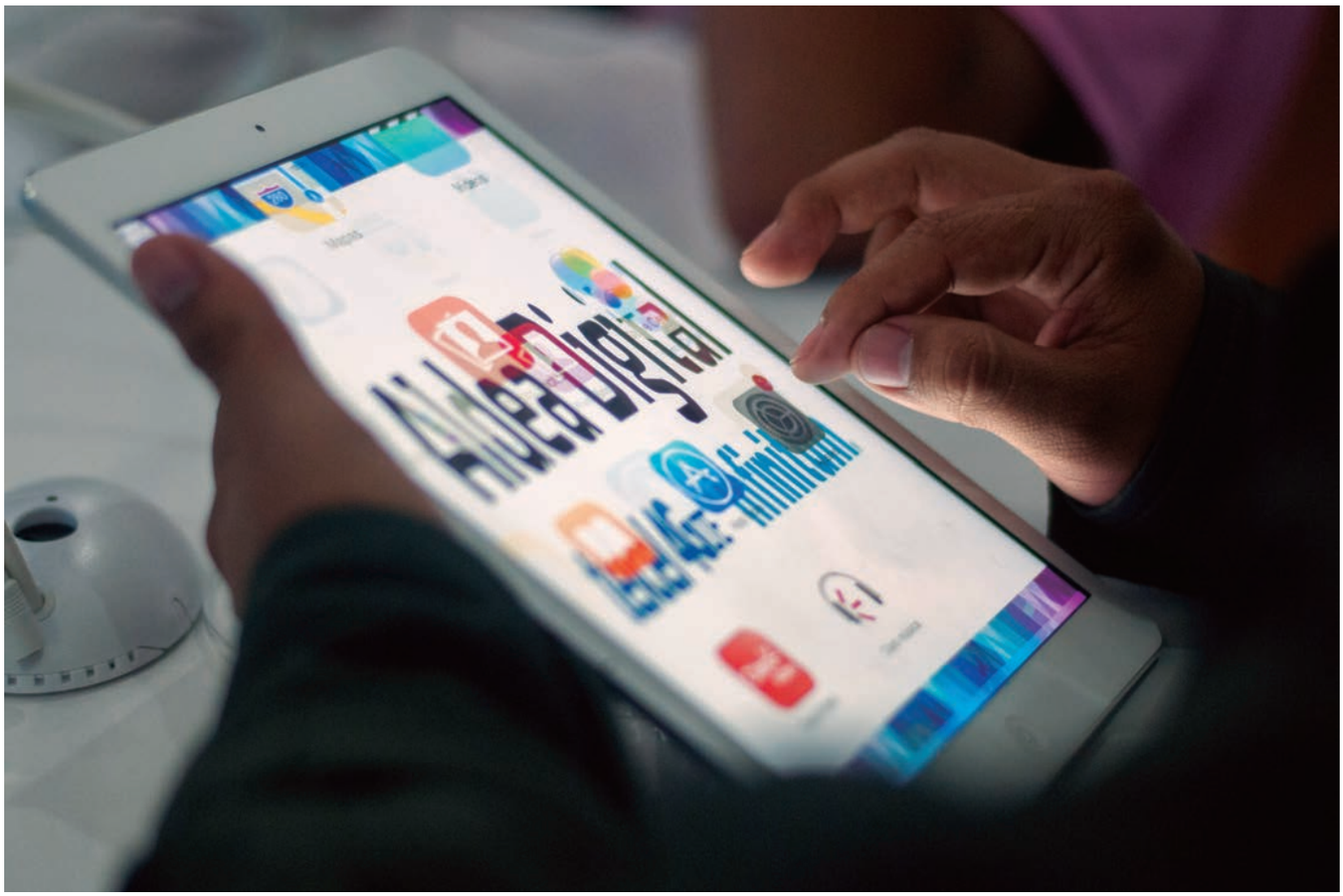
No hay que confundirse. No todos los medios digitales son periodísticos y eso se debe a que muchos ni siquiera se lo ponen como propósito. ¿Por qué habría de buscar hacer periodismo un *booktuber* que prende su cámara para decir lo que le gustó de un libro? ¿Por qué habría de ser periodista un ciudadano que presenció un acontecimiento, le tomó una foto y la subió a Twitter? Muchos periodistas se quejan de la falta de rigor y objetividad de ese tipo de contenidos. Hay que entender que publican lo que publican porque quieren y pueden. Algunos por placer, otros por ayudar al prójimo y por supuesto que otros por dinero. Los que nos tenemos que acostumbrar al cambio somos los periodistas. Nosotros somos los que se supone que creemos en principios como la objetividad, la verificación y el *fair play*, no ellos. Antes éramos los únicos en el edificio de la comunicación, con esta nueva dinámica llegaron vecinos (y muchos), así que no nos queda más que convivir con ellos.

El cambio para el periodismo de la era digital va mucho más allá de los soportes y los formatos. No es solo dejar de escribir en papel y hacerlo en un archivo HTML. Eso es solo lo exterior. Una de las transformaciones más esenciales está en el nuevo rol del periodismo.

Cuando el periódico era un producto atractivo

Por siglos el periodista fue uno de los mediadores por excelencia entre las élites y los individuos. Por ejemplo, para el periodismo político –el famoso “cuarto poder”– su proceso fundamental era la mediación entre el gobierno, la sociedad y los grupos de presión. La forma de conocer lo que decía el presidente o un grupo social pasaba necesariamente por los periódicos. De ahí que el término de “medios” y “periódicos” se confundiera a menudo. Lo mismo pasaba con las “revistas” o los “noticiarios” televisivos y radiales. Se tratan todos de productos propios de la “era Gutenberg”, la cultura libresca: paquetes informativos con un principio y un final ordenado por los periodistas-productores que servían como artefactos de mediación.

Pensemos, por ejemplo, en el caso de *Excélsior*. Cuando el grupo de periodistas-productores encabezados por Julio Scherer se quedó sin los medios de producción (la rotativa, la redacción); tuvieron que hacerse de unos nuevos (*Proceso*) para reanudar la producción del artefacto-mediador. Ese artefacto (las páginas impresas) era importante porque servía como mediación. En las páginas del *Excélsior* de Scherer estaban plasmadas declaraciones e informaciones de más actores de los que el gobierno hubiera querido. En cierta forma, bajo la lógica del periodismo-productor, el mejor periodismo es



Internet y las TIC han sacado a flote al pequeño mediador que todos llevamos dentro.

Foto: Diego Simón Sánchez / Agencia Cuartoscuro.

el que elabora un producto rico en variedad de mediaciones. En cambio, el periodismo de baja calidad (el vendido, el que más bien es propaganda) solo es una mediación pobre, más parecida a la oficina de comunicación social que al verdadero periodismo. Por eso era tan importante controlar los medios de producción como el papel o a la misma cooperativa, pues al tenerlos cooptados podían controlarse las mediaciones plasmadas en el producto.

El periódico como artefacto-mediador era atractivo para muchos sectores porque ahí estaban concentradas dichas mediaciones. A los políticos les interesaba plasmar ahí sus puntos de vista por objetivos casi propagandísticos. El mismo caso aplicaba para las empresas. Otros sectores como los intelectuales y los creativos hallaban ahí también una forma tanto de difusión como de debate. Y por último, pero no menos importante, el lector encontraba en el periódico información útil, toda reunida en un solo lugar, para enterarse de lo que había pasado en el mundo, de la cartelera del cine, de las novedades editoriales y hasta del horóscopo. El periódico era el río al que había que acercarse para beber y ser bebido. El periodismo como producción tenía sentido.

La crisis de los medios o la era de los mediadores

Entonces llegó Internet. Esta red física puso en evidencia un proceso mucho más complejo y ancestral: la dinámica social entendida como una red (Castells, 2005). Internet y las TIC transformaron nuestro entorno comunicativo porque han sacado a flote al pequeño mediador que todos llevamos dentro.

Pasamos de tener nuestras mediaciones concentradas en un solo lugar con contenidos fijos y finitos (el periódico, el noticiario, la revista) a desconcentrarlas y desperdigarlas por todo tipo de medios, aparatos, sitios web y un largo etcétera. Pasamos de la galaxia Gutenberg de los productos terminados a la galaxia Internet de los flujos sociales, los contenidos dinámicos y las plataformas de información infinita (Castells, 2001). Siguiendo el ejemplo del periódico: Donde antes un lector tenía que esperar el periódico para ver la cartelera del cine; ahora puede abrir una aplicación elaborada por la cadena de cines para consultarla, apartar, comprar boletos y hasta las palomitas;

El periodismo perdió el monopolio de la concentración de la información y de las mediaciones.

Foto: Saúl López / Agencia Cuartoscuro.

o puede abrir el portal web de la compañía para hacer lo mismo; o puede preguntarle a Siri qué películas dan hoy; o incluso puede comprar el periódico de papel...

El periodismo perdió el monopolio de la concentración de la información y de las mediaciones. ¿Quieres enterarte de lo último de tu artista favorito? Abre tú mismo su propio perfil de Twitter. ¿Quieres saber qué piensa un escritor sobre cierto tema? Puedes preguntarle directamente en su Facebook. ¿Eres una empresa y quieres llegar a tus consumidores? No necesitas periódicos, puedes abrir un blog corporativo. ¿Eres un político ansioso de mandar un mensaje? Publícalo en las redes, que a los cinco minutos puedes ser *trending topic* (y si te ayudan algunos *bots*, en menos tiempo).

Tampoco hay que ser demasiado optimistas. Algunos ven en esto un entorno utópico y más democrático. Yo creo que sí existen esas posibilidades de horizontalización, pero lograrlo es más difícil que nunca. Si antes teníamos un río a donde todos iban a beber o a ser bebidos, ahora tenemos millones de ríos, en una inmensa red de diferentes tamaños, importancias, sabores y olores. La cosa se puso mucho, mucho, más compleja. Ahí está el área de oportunidad del periodismo contemporáneo.

Si bien es cierto que el periodismo-productor sigue siendo un negocio importante, también es innegable que ahora es mucho más prescindible que antes. Pregúntenle a las generaciones más jóvenes cuántas veces compran el periódico o ven el noticiario de las 10 de la noche. Luego pregúntenles dónde se informan y en quién confían más. Cada vez es más frecuente que se informen en plataformas como Facebook o Twitter (esas mediaciones de mediaciones de mediaciones de...). Cada vez se confía más en la recomendación directa (de amigos, expertos, artistas, etc). Los periódicos de la mañana son, si bien les va, periódicos del día anterior. A la dinámica de producción se le escapan muchas otras mediaciones dinámicas que van más allá de las fuentes informativas tradicionales. El periodismo tradicional, entendido como productor de información, cada vez será más prescindible para los nuevos lectores. No lo digo como ofensa, sino como aspiración: El periodismo debe aspirar a volver a ser imprescindible.

El periodismo curador (de contenidos)

¿Y cómo volver a ser imprescindible? Nadie tiene la respuesta, pero no está de más hacer una propuesta. Mi apuesta está en el periodismo

El periodismo debe aspirar a volver a ser imprescindible. Foto: María José Martínez / Agencia Cuartoscuro.

entendido como curaduría de contenidos más que como producción. Me explico a través de mi experiencia personal:

Hace tiempo asistí al Congreso Iberoamericano de Cultura en Zaragoza, que llevaba como eje central a la "Cultura digital". Hubo mesas de todo tipo de disciplinas: ciencias sociales, ciencias naturales, emprendedurismo, innovación tecnológica, etc, etc. Yo participé desde la trinchera del periodismo cultural, pero me sorprendí con que las conclusiones eran bastante comunes para todas las disciplinas (Varios autores, 2014). La cultura digital es más caótica que nunca antes, pero también ha generado más herramientas útiles para ordenarla. Existen más productos chatarra que nunca (desde los *papers* académicos autoplagiados hasta las noticias frívolas, pasando por las empresas patito); pero al mismo tiempo también existen más productos notables que nunca antes. Todas las disciplinas, y entre ellas destaca el periodismo, necesitamos la capacidad de filtro, ordenamiento, selección, decantación, curaduría...

Me gusta el término "curaduría" por la feliz polisemia que tiene en el español. La propuesta es que el periodismo sea un "curador" de la realidad social. Uso el término siguiendo la lógica de la curaduría de arte. Pensemos por ejemplo en una exposición de un artista. El curador de la misma no pintó los cuadros, pero sí los seleccionó, los ordenó, les dio sentido y encontró una manera lógica de presentarlos al público objetivo. El curador de arte debe conocer de historia del arte, de la obra del artista, de museografía, de comunicación, etc. Habrá curadores que incluso sean al mismo tiempo creadores. Habrá creadores que incluso sean sus propios curadores. Pero nunca hay que perder de vista que se "cura" pensando en quién va a leer esa curaduría. Se cura para que el lector entienda mejor lo que está presenciando.

En el fondo, el periodismo siempre ha servido como curaduría de contenidos. Al menos el buen periodismo. Pensemos en la crónica (*ornitorrinco de la prosa*) o en el reportaje (*género rey*). Ese tipo de textos lo que hacen es curar toda la información disponible sobre un tema específico, o al menos eso pretenden. El objetivo es explicarle al lector un tema a profundidad (no solo el qué, sino también en el cómo y el por qué). Los grandes textos periodísticos pueden entenderse como una curaduría de datos duros, entrevistas, descripciones, narraciones, prospectivas, etc.

El problema es que este tipo de periodismo ha sido tradicionalmente escaso y actualmente casi marginal. Ábrase un periódico cualquiera en una página al azar y lo más probable es estar ante una información fragmentaria y carente de contexto. El periodismo más industrial sigue apostando por ser un productor de contenidos casi siempre chatarra. El diarismo más frugal solo colabora a que la cultura digital de por sí caótica se vuelva todavía más fragmentaria y difícil de entender.

Tampoco debe entenderse entonces que el diarismo es malo y solo la crónica o el reportaje tiene futuro. Más bien hay que entender que esos y los otros géneros periodísticos propios del periodismo industrial, deben hibridarse bajo el modelo de curaduría de contenidos para generar valor basado en la contextualización y la interpretación. O sea que seguiremos necesitando reporteros que recopilen información en el lugar de los hechos, las conferencias de prensa, las entrevistas directas... y de hecho los necesitaremos todavía mucho más. El cambio fundamental está en el tipo de productos que va a generar el periodismo. Siguiendo la línea de Jean Francois Fogel en *La prensa sin Gutenberg* (2007), habrá que dejar la cultura del producto acabado (el libro, la nota informativa, el periódico) y pensar en función de proyectos en perpetua construcción donde el usuario encuentre sus propias respuestas. Periodismo centrado en el usuario. No solo producir un paquete informativo, sino curar los paquetes ya existentes, enriquecerlos con interpretación y ordenarlos pensando en el lector que también es productor en el nuevo entorno comunicativo. Claro que también es un tipo de producción periodística, pero distinta a la anterior. Los productos ya son son objetos terminados, sino procesos en construcción.

Vuelvo a la analogía de la exposición artística. ¿Qué pasa si en vez de una exposición el lector se encuentra con una obra aislada? Probablemente quede descontextualizado, no sepa nada sobre el autor, llegue a interpretaciones inexactas y demás imprecisiones. Lo mismo pasa en el periodismo de la nota informativa, la última hora y el "minuto por minuto".

Curar el periodismo noticioso

Para el periodismo de interpretación la cosa queda más o menos clara. Nociones como la crónica digital y el reportaje multimedia son proto-curadurías en sí mismas. Sin embargo la cosa se pone más complicada al pensar en el periodismo más inmediato, como es la nota informativa, el diarismo, las *breaking news*. ¿Cómo brindar contexto y curar contenidos cuando el tiempo apremia y la presión aumenta cada segundo?

Ideas como las del *live blogging* temático pueden ser una forma de procesar la actualidad mediante la contextualización. Un ejemplo puede verse en el extinto *Soitu* y su experimento Utoi, que luego transmutó en *El País* que dirigió Gumersindo Lafuente e implementó Eskup (Varela, 2012). En dichos experimentos, los reporteros publicaban información en tiempo real en una plataforma similar a Twitter (por la brevedad y la instantaneidad), pero no se quedaba en el mero titular. Los editores en la redacción luego curan tales notificaciones en canales temáticos que es posible seguir en tiempo real. Así, en vez de ver un solo "minuto por minuto" donde se mezclan todos los temas, uno puede ver solamente el flujo en tiempo real sobre temas como la independencia de Cataluña, o la agenda del presidente de gobierno. Eso es solo el primer paso. Luego sería deseable que esos reportes parciales se integraran a través de curadurías como en líneas del tiempo, Storify, reportajes multimedia, etc.

Sin embargo, lo que pasó en *El País* es muestra de cómo la tendencia tradicional sigue imponiéndose sobre modelos innovadores de curaduría (*El Confidencial,* 2012). Tras la salida de Sindo Lafuente y Borja Echeverría al mando de la estrategia digital, el periódico relegó Eskup a una sección minoritaria y escondida. De ser parte prioritaria del *home* ahora sus actualizaciones son escasas. La estrategia de canales temáticos en vez de secciones fue dejada de lado para volver a una idea más tradicional.

En México, el periodismo deportivo y el de espectáculos ha hecho sus experimentos al respecto de forma esporádica. Así, es posible ver *liveblogs* donde comentaristas deportivos analizan el partido de futbol brindando contexto a lo que pasa en vivo. O los *liveblogs* de las entregas de premios y alfombras rojas, donde la actualidad se procesa mediante comentarios de expertos en moda, críticos de cine, etc. El periodismo político aún no se ha acercado mucho al tema, y siguen dando el énfasis a la lógica de la nota informativa y las columnas de trascendidos. Pero es muy rescatable el ejercicio de *Animal Político* de hacer un *fact checking* en vivo en su ejercicio de El Sabueso para verificar en tiempo real el tercer informe de gobierno de Enrique Peña Nieto (Redacción *Animal Político*, 2015). Hacen falta más ejercicios como estos y que además sean sistemáticos, de todos los días.

Formar curadores

Una propuesta fundamental es la incorporación de la noción de curaduría de contenidos en la enseñanza del periodismo. Muchos profesores y periodistas trabajan bajo el prejuicio de que "lo que se publica en redes sociales" es falso, malo, inútil y/o desechable. Lo mismo pasa con los académicos que satanizan la *Wikipedia a priori* en vez de preparar a sus alumnos a criticar, verificar y corregir los artículos que lo necesiten.

Lo que provoca esa actitud es que los futuros periodistas tengan pocas herramientas críticas ante lo que se publica en Internet. Si se sataniza toda publicación digital, se estará desperdiciando una cantidad impresionante de contenido valioso que se encuentra desperdigado en la red. Si se acepta todo lo publicado en línea como verdadero, se cae en el riesgo de publicar información falsa o propagandística.

Sí, encontrar información valiosa en Internet es como buscar una aguja en un pajar. Por eso es importante formar alumnos entrenados para encontrar esas agujas y desechar la paja.

Además de enseñar géneros periodísticos tradicionales, considero importante incorporar el entrenamiento en coberturas. Ya el Premio Gabriel García Márquez de Periodismo de la FNPI ha dejado de lado la idea tradicional de galardonar al género de la "noticia" (FNPI, 2015). En vez de eso se premian coberturas sostenidas sobre temas. Se trata de entrenar periodistas que no piensen que la noticia termina en el punto final de la nota. Hay que formar comunicadores capaces de seguir el rastro de un tema de principio a fin, en distintas plataformas y con diferentes herramientas.

Storify es una gran herramienta tanto para periodistas en activo como para estudiantes. En vez de redactar una nota en Storify, esta plataforma sirve para generar curadurías multimedia ya sea en tiempo real o después de que aconteció un suceso. Periodistas como Silvia Cobo incluso lo han usado no para publicar sino para planear, ordenar y verificar su información (Cobo, 2013). Considero que aprender a usar este tipo de herramientas es tan importante como antes lo fue saber usar una máquina de escribir o una cámara fotográfica.

Curar el periodismo

En suma, los cambios comunicativos de la era digital hacen necesario que el periodismo cambie sus paradigmas. No se trata solo de usar nuevos formatos o recopilar la misma información con nuevos aparatos. No basta con publicar una nota (idéntica al modelo Gutenberg) pero con una foto tomada con un iPhone. Es necesario cambiar el rol del periodista para volverlo realmente valioso.

El periodismo debe dejar de asumirse como un productor y pasar a ser un curador de los mismos, un filtro, un ordenador, un verdadero interprete de la realidad social. Para lograrlo es necesario utilizar las herramientas tecnológicas que permiten curar contenidos. Pero también es fundamental entender las dinámicas comunicativas de los usuarios de las TIC y las comunidades que van creando.

No solo es aprender a usar la tecnología, sino también aprehender los usos sociales de quienes las emplean. Pasar del modelo en el que el periodista era el poseedor de la verdad y construir una dinámica donde el periodista es un mediador entre los contenidos, los lectores, la verificación, la contextualización. Pasar del periodismo como productor de mercancía informativa, al periodismo como mediador de procesos complejos. El periodista como filtro, como nodo de información, como facilitador, como curador del propio periodismo.●

Bibliografía

- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet*. Madrid, Madrid, España: Plaza & Janés.
- Castells, M. (2005). *La sociedad red*. Alianza Editorial.
- Cobo, S. (19 de Febrero de 2013). *Storify: lo mejor está en su interior*. Recuperado el 17 de Octubre de 2015, de SilviaCobo.com: http://silviacobo.com/storify-y-periodismo-lo-mejor-esta-en-su-interior/
- El Confidencial. (5 de Septiembre de 2012). *Por qué Prisa ha prescindido de Gumersindo Lafuente: los periodistas discrepaban de adelantar en la web las noticias, demasiado jefe en elpais.com*. Recuperado el 17 de Octubre de 2015, de El confidencial: http://www.elconfidencialdigital.com/medios/Prisa-Gumersindo-Lafuente-periodistas-discrepaban_0_1901809804.html
- FNPI. (2015). *Categoría cobertura*. Recuperado el 17 de Octubre de 2015, de Premio GGM 2015: http://premioggm.org/el-premio/acerca-del-premio/cobertura/
- Fogel, J., & Patiño, B. (2007). *La prensa sin Gutenberg*. México, México: Punto de lectura.
- Redacción Animal Político. (2 de Septiembre de 2015). *El Sabueso En Vivo: hoy evaluamos el tercer informe de Peña Nieto*. Recuperado el 17 de Octubre de 2015, de Animal Político: http://www.animalpolitico.com/2015/09/el-sabueso-en-vivo-hoy-evaluamos-el-tercer-informe-de-pena-nieto/
- Varela, J. (5 de Septiembre de 2012). *Gumersindo Lafuente deja el mejor El País*. Recuperado el 17 de Octubre de 2015, de Periodistas 21: http://www.periodistas21.com/2012/09/gumersindo-lafuente-deja-el-mejor-el.html
- Varios autores. (2014). *V Congreso Iberoamericano de Cultura: Cultura digital. Cultura en Red*. Recuperado el 17 de Octubre de 2015, de Ministerio de Educación, Cultura y Deporte - España: https://sede.educacion.gob.es/publiventa/detalle.action?cod=14587C

Jorge Tirzo es escritor y periodista. Editor de la *Revista Mexicana de Comunicación*. Autor del libro *Poesía y expresiones literarias contemporáneas*. Licenciado en Periodismo y Medios de Información por el Tecnológico de Monterrey. Maestrante en Estudios Latinoamericanos por la FFyL de la UNAM.

Dame un beso como en las películas

¿Las historias románticas distorsionan nuestras relaciones amorosas?

> “¿Alguna vez se ha preguntado en qué grado nuestros comportamientos y expectativas afectivo-amorosas son producto de una construcción social filtrada por los medios de comunicación en telenovelas, películas, libros, publicidad, revistas, música y diversos contenidos mediáticos que nos muestran un modelo de historias románticas transformadas en ideales amorosos que esperamos ocurran en nuestras vidas? Lo anterior resulta en una serie de ‘expectativas irreales’ sobre el amor, el romance y el sexo, que generan insatisfacciones entre las parejas, tanto heterosexuales como homosexuales. A medida que la cultura homosexual tiene mayor presencia mediática, principalmente en películas y series de televisión, también se han generado estereotipos de cómo debería ser el amor entre parejas del mismo sexo.”

Raúl López Parra

Antes de avanzar en el análisis, le invito a responder el siguiente test, contenido en el libro *Sex, Love and Romance in the Mass Media* (2004), de Mary-Lou Galician, investigadora de la Universidad de Arizona, quien se ha dedicado a indagar cómo los medios influyen en nuestras concepciones amorosas. La traducción al español fue realizada por el autor para fines de divulgación de este artículo:

1. Tu pareja perfecta esta cósmicamente predestinada, así que nada ni nadie puede separarlos.
_ Falso _ Verdadero
2. El amor a primera vista existe.
_ Falso _ Verdadero
3. Tu verdadera alma gemela debería saber lo que tú estás pensando o sintiendo sin que tengas que decírselo.
_ Falso _ Verdadero
4. Si tu pareja está realmente hecha para ti, sus relaciones sexuales serán maravillosas y fáciles.
_ Falso _ Verdadero
5. Para atraer y mantener a un hombre, una mujer debe verse como una modelo.
_ Falso _ Verdadero
6. El hombre no debe ser más bajo de estatura, ni más débil, ni más joven, ni más pobre, o menos exitoso que la mujer.
_ Falso _ Verdadero
7. El amor verdadero de una mujer buena y fiel puede cambiar a un hombre de ser una “bestia” a convertirse en un “príncipe”.
_ Falso _ Verdadero
8. Las disputas y peleas constantes en la pareja muestran que se aman apasionadamente.
_ Falso _ Verdadero
9. Todo lo que necesitas es amor, por ello no importa si tú y tu pareja tienen diferentes valores y creencias.
_ Falso _ Verdadero
10. Tu alma gemela te complementa, cubre tus necesidades y hace que tus sueños se hagan realidad.
_ Falso _ Verdadero
11. En la vida real, los actores y actrices son a menudo muy parecidos a los personajes románticos que representan.
_ Falso _ Verdadero
12. Dado que las representaciones de amor y romance en los medios de comunicación no son “reales”, no tienen influencia en mí.
_ Falso _ Verdadero

Si usted contestó falso a las 12 afirmaciones, entonces puede considerarse que está libre de la influencia de los mitos y estereotipos que los medios difunden sobre las relaciones amorosas. Pero si respondió verdadero en al menos una afirmación, usted forma parte de las mujeres, hombres, niños, ancianos, solteros y comprometidos que creemos, o quisiéramos creer,

Las imágenes del amor se convierten en un motivo de presión personal e interpersonal. Foto: lo.tangelini / Flickr.

que es real el ideal amoroso que nos presentan las narrativas mediáticas.

Mary-Lou Galician, quien además de académica es activista en favor de la alfabetización mediática de las audiencias, para enseñarles a discernir y consumir críticamente los contenidos, nos expone:

> "Los medios son poderosos agentes de socialización que confían en la simplificación, distorsión de la realidad, y la dramatización de los símbolos y esterotipos para comunicar sus mensajes, por ello no deberíamos sentirnos tan mal si terminamos con algunas expectativas irreales" (Galician, 2004).

Estas narrativas mediáticas sobre el amor han sido catalogadas como "pornografía emocional". Al igual que la pornografía, nos muestra fantasías sobre el sexo, la "pornografía emocional" (telenovelas, melodramas *hollywoodenses*, coreanos, etcétera) presenta fantasías sobre el amor y el romance.

Si se tomasen estos contenidos como lo que son, productos culturales de entretenimiento, todo marcharía bien. El problema radica cuando estas ilusorias imágenes del amor o aspiraciones del mismo se convierten en un motivo de presión personal e interpersonal. Cuando las fantasías se llevan al terreno de la realidad, las personas pueden pasarlo muy mal al no encontrar el "ideal amoroso de película" con el que han soñado toda su vida.

El resultado: mujeres que tienen una gran lista de requisitos para sus eventuales parejas y esperan la llegada del príncipe azul; hombres que buscan modelos de belleza, comprensión y humildad, al grado de la sumisión. Lo anterior resulta en el aumento de la soltería, en un sentimiento de soledad y al mismo tiempo en la incapacidad de comprometerse con el otro.

En términos del aprendizaje amoroso, los latinoamericanos han sido moldeados por los melodramas televisivos. Sin embargo, el crecimiento de la clase media, el acceso a mayores niveles educativos y la interconectividad en internet han propiciado una mayor diversidad en las formas de consumo mediático y, por ende, el acceso a otros modelos de representación amorosa.

A fin de conocer los tipos de consumos de historias románticas y entender el grado de influencia en las personas, deben considerarse los niveles socioeconómicos, culturales, educativos, las edades, el género, las preferencias sexuales y la religión. Los modelos amorosos no son los mismos para un adolescente que vive el proceso de cons-

trucción de su identidad, que para un hombre de 50 años, quien ya ha encontrado su espacio en la sociedad. Tampoco para una joven de clase media urbana que para una hija de campesinos, ni para un católico que para un ateo.

Si bien en el Siglo XXI se ha democratizado el consumo mediático (las audiencias tienen la posibilidad de ver una telenovela latinoamericana lo mismo que una coreana) la popularidad de estos programas ha crecido gracias a Internet. Sigue siendo la industria cultural de Estados Unidos la de mayor consumo global. Poco pueden tener en común una chica mexicana y una singapurense, salvo que ambas conocen la serie *Sexo en la Ciudad* (*Sex and The City*). El modelo del amor romántico moderno que hoy conocemos comenzó desde el Siglo XVIII y tuvo su representación mediática en el Siglo XIX, cuando el consumo de las novelas románticas comenzó a popularizarse entre la burguesía.

El sociólogo Anthony Giddens en su libro *La transformación de la intimidad Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas* (1992) refiere que el amor romántico debe separarse del amor pasional, el cual tiene una categoría universal y se caracteriza por su conexión entre la atracción sexual y el amor. En cambio, el amor romántico tiene un carácter cultural, menos instintivo, que se aprende según las convenciones de cada sociedad.

En la etapa pre moderna de las sociedades, las relaciones de pareja eran arreglos y acuerdos entre familias, en los cuales los protagonistas tenían poco qué decir. Por tanto, los hombres no se veían en la necesidad de aprender los cortejos amorosos y las muestras de afecto eran casi nulas. La sexualidad era vista con fines meramente reproductivos, dado que no existían los métodos anticonceptivos para desligar la reproducción del placer, además de que durante el parto se registraba una alta tasa de mortalidad.

> "Los ideales del amor romántico han influido más, durante mucho tiempo, en las relaciones de las mujeres que en las de los hombres; aunque éstos, desde luego, también hayan sido condicionados por ellos. El *ethos* del amor romántico tiene un doble impacto sobre la situación de las mujeres. Por un lado, ha contribuido a poner a la mujer 'en su sitio', que es la casa. Por otro lado, en cambio, el amor romántico puede ser visto como un compromiso activo y radical contra el 'machismo' de la sociedad moderna" (Giddens, 1992).

En la medida en que se desarrollaron los métodos anticonceptivos, el sexo como acto de reproducción se transformó en un concepto más amplio de la sexualidad, como una definición de la libertad personal respecto al sexo. Cuando el modelo de los matrimonios arreglados por los padres cede a la libertad de los hijos para elegir a sus parejas, entonces se desencadena un crecimiento del concepto romántico del amor y ello se ve reforzado por la aparición de literatura romántica.

En este contexto, los hombres deben aprender a seducir a las mujeres, a conquistarlas, mientras que ellas deben aprender a escoger al pretendiente que ofrezca las mejores condiciones amorosas y materiales para el matrimonio. Los métodos anticonceptivos propician un mayor desarrollo para el placer sexual. Así, las mujeres están en las misma condiciones que los hombres para explorar su sexualidad y la virginidad ya no es vista como la única virtud. Sin

Los ideales del amor romántico han infuido más en las relaciones de las mujeres.
Foto: Kiss me. Dani Vázquez / Flickr.

embargo, en la modernidad se gesta una doble moral. Los hombres que tienen varias relaciones siguen siendo vistos con admiración, mientras que las mujeres con amplia experiencia sexual son vistas como poco deseables.

Ello no quiere decir que en la modernidad las mujeres hayan renunciado a explorar su sexualidad, ocurre que han aprendido a ser discretas respecto a sus experiencias sexuales o comentarlas sólo con sus círculos de confianza, mientras que en público y con la familia muestran una imagen de mayor fidelidad y recato. En los medios de comunicación los hombres siguen protagonizando los roles de infidelidad, pero los personajes femeninos son presentados con más frecuencia como susceptibles de ser infieles y estar al mismo nivel de la seducción varonil.

> "El amor rompe con la sexualidad a la vez que la incluye. La 'virtud' asume un nuevo sentido para ambos sexos, y ya no significa sólo inocencia, sino cualidades de carácter que seleccionan a la otra persona como 'especial'", explica Giddens (1992).

En la actualidad, más que modernidad o pre modernidad, las sociedades se catalogan entre desarrolladas, en desarrollo y subdesarrolladas. Liberales o conservadoras. En este contexto, los contenidos mediáticos de cada país están ligados con el grado de libertad de expresión, más que con el nivel de desarrollo económico. En sintonía, el amor romántico representado en los medios sigue los valores dominantes de cada sociedad.

Como ejemplo, en China los padres influyen en alto grado en las relaciones amorosas de sus hijos, aunque cada vez existen menos matrimonios arreglados. Las historias amorosas presentadas en las telenovelas chinas definen muy bien que el rol de los hijos es atender las indicaciones de sus progenitores, haciendo honor a la tradición confucionista.

En cambio, Estados Unidos, representado ante el mundo como una de las sociedades más liberales –no olvidemos que la principal industria de la pornografía se encuentra en Los Ángeles– en las series televisivas y películas los personajes tienen sexo en la primera cita y ello no implica un mayor compromiso.

Si miramos hacia Latinoamérica vemos que en las telenovelas los padres no tienen un peso determinante en las relaciones amorosas, no obstante los personajes son apegados a la familia.

¿Cómo podrían estos programas tener un impacto en la forma en que concebimos el amor? Una clave está en el tiempo que hemos estado expuestos al consumo de estas historias.

De acuerdo con la Teoría del Cultivo, desarrollada en 1969 por George Gerbner y Larry Gross, investigadores de la Universidad de Pensilvania, se establece que un consumo prolongando de televisión produce que las audiencias desarrollen creencias e ideas derivadas de los programas que consumen, los cuales distorsionan su perspectiva de la realidad. Bajo esta teoría se han realizado diversos estudios para identificar cómo el consumo de historias románticas puede distorsionar nuestros ideales de amor. En opinión de Albert Bandura, investigador de Sociología Cognitiva, la teoría corrobora que no es sólo a través de la experiencia como las personas aprenden, también lo hacen mediante el aprendizaje vicario, esto es mediante la observación del comportamiento de otros. (Banaag, Rayos, Aquino-Malabanan, & Lopez, 2014). Ello explica por qué es más susceptible que las historias románticas tengan un mayor impacto entre los jóvenes y por qué este segmento social es el que está en mayor disposición de dar por reales los estereotipos de amor que ven en telenovelas y películas. En consecuencia, los jóvenes suelen demandar más de sus parejas con acciones o pruebas de amor tal cual son representadas en los contenidos mediáticos.

Si bien no existen estudios concluyentes, los datos empíricos refieren que los condicionamientos de las representaciones amorosas están ligadas a las características socioeconómicas de las audiencias, sexo, edad, creencias, posición económica. Además, también deben considerarse las experiencias personales en torno a las relaciones amorosas. La mejor forma de descubrir nuestros condicionamientos producto de los consumos mediáticos es un examen autocrítico de qué expectativas se tienen sobre la pareja ideal y el contexto social en el cual nos desarrollamos. Lo mejor es observar a las personas como son, y no las ideas que tenemos sobre cómo deberían ser las personas a las cuales amamos o quisiéramos amar.●

Bibliografía

- Banaag, M. G., Rayos, K. P., Aquino-Malabanan, M., & Lopez, E. R. (Julio de 2014). *The Influence of Media on Young People's Attitudes towards their Love and Beliefs on Romantic and Realistic Relationships. International Journal of Academic Research in Psychology* .
- Galician, M.-L. (2004). *Sex, Love & romance in the mass media: analysis & criticism of unrealistic portrayals & their influence*. Londres, Reino Unido: Lawrence Erlbaum Associates.
- Giddens, A. (1992). *La transformación de la intimidad Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Madrid, Madrid, España: Cátedra.

Raúl López Parra es Coordinador de prensa y divulgación del Centro de Estudios Mexicanos de la UNAM-China. Maestro en Comunicación por la FCPyS de la UNAM.

Prensa no lucrativa

Nueva figura jurídica y mercantil

Foto: Ruén Espinos / Agencia Cuartoscuro.

“Reconocer jurídicamente a la prensa no lucrativa como sujeto de interés público es una idea original de Miguel Ángel Granados Chapa. Se abre paso desde septiembre de 1985 y podría ser la respuesta del Estado mexicano para disminuir la contradicción principal del modelo de comunicación social que permitió la concentración de la propiedad, el acaparamiento del gasto publicitario y la mercantilización de las noticias. El nuevo actor legal lo conformarían los medios públicos, los medios sociales y comunitarios, los periódicos digitales e impresos producidos por asociaciones no lucrativas de periodistas.”

Rogelio Hernández López

Esta novedosa figura jurídica sobre la prensa no lucrativa podría sentar las bases para redistribuir la propiedad, la oferta informativa del mercado y el gasto publicitario, ordenar el abigarramiento legislativo, estimular el nuevo modelo de relación prensa-Estado que se abriría paso y, esencialmente, llegar a pluralizar un poco más la información periodística.

Hace unas semanas se me confío que la *Revista Mexicana de Comunicación* pasaría a ser responsabilidad de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa, y que en la primera edición de esta época habría un espacio relevante dedicado a Miguel Ángel Granados Chapa. Propuse entonces reivindicar una idea original que el columnista presentó desde 1985 y reconfiguró en 2009, idea que algunos creemos cardinal para tratar de dar una respuesta a varios problemas estructurales del ejercicio del periodismo en el México de 2015.

— ¿Cuál es la idea? –se me inquirió.

— Lograr el reconocimiento jurídico para el periodismo no lucrativo, en contraposición al periodismo mercantil– respondí de botepronto.

— ¿Qué medios abarcaría esa figura del periodismo no lucrativo?

— Miguel Ángel Granados, hace ya 30 años, hizo un ensayo jurídico-político para modificar el esquema legal de propiedad de los medios de comunicación masiva. Propuso ampliar el régimen jurídico para agregar, además de los medios de prensa mercantiles, a los medios no lucrativos, a los que no movería el interés de la ganancia. El objetivo medular sería ampliar la pluralidad de la información de prensa y enriquecer el ejercicio más informado de la libertad de expresión.

— ¿Sólo los medios públicos entrarían a ese concepto?

— No. Trataré de explicar las intenciones de Granados. En esa nueva figura jurídica que exponía Miguel Ángel entrarían los medios oficiales o de gobierno, así como los medios comunitarios, los de instituciones autónomas, como las universidades, y también los de asociaciones de periodistas.

Yo agrego ahora: habría que reconocer al nuevo sujeto del periodismo mexicano en la era de Internet: los periódicos digitales que, para agosto de 2015, ya podrían ser más de 2 mil 500 en todo el país. Estos han sido creados a partir de medios impresos pequeños, de grupos de periodistas despedidos, de periodistas veteranos y otros recién egresados que coinciden en el propósito de hacer investigación; los que, en la mayoría de los casos, supusieron que la web sería alternativa para permanecer en el periodismo y su maná financiero, pero que ya se dieron cuenta que no fue así y padecen para subsistir (Hernández López, 2014). Lo común es que los produzcan pocas personas, con poca inversión.

En México, son tantos los periódicos digitales que ya perturban las agendas temáticas y los alcances de los medios industriales; provocan dolores de cabeza a los jefes de prensa de municipios y estados que no saben cómo estirar sus presupuestos para gasto publicitario. En la teoría del caos, son el factor que más desestabiliza el modelo de conveniencias anterior. Y ni unos ni otros (los medios públicos, los mismos medios privados no lucrativos, ni los políticos, ni los corporativos) vislumbran cuál sería el nuevo orden del futuro inmediato.

Frente a todo eso, resalta la idea original de Granados Chapa. Una idea cardinal, como se sabe, es una elaboración verdaderamente fundacional para el futuro.

He visto esa preocupación en los cuatro años más recientes entre decenas de colegas que se mudaron a medios digitales, en jefes de prensa, en legisladores locales, en investigadores académicos y profesores de universidades estatales. Desde 2011 he tenido que viajar a más de 20 entidades por mis actividades de protección y capacitación de la Casa de los Derechos de Periodistas A.C. He tenido contacto con más de mil hombres y mujeres que ejercen, gozan y padecen el periodismo. Ellos son mis fuentes empíricas. Para ellos produzco semanalmente una columna "Miradas de reportero" y tengo algunos reportajes tipo ensayo sobre los nuevos fenómenos en el ejercicio del periodismo y la búsqueda de soluciones.

La idea de Miguel Ángel

El concepto de periodismo no lucrativo lo escuché en México en voz de Miguel Ángel Granados Chapa, desde que era presidente de la Unión de Periodistas Democráticos (UPD), allá por 1982. Este reportero era parte de su Comité Directivo. El columnista decía desde entonces que este modelo podría ser una alternativa a los males que entonces padecía la prensa mexicana. He recuperado mis notas de la época y he actualizado los datos.

Sobre el concepto de periodismo no lucrativo de Miguel Ángel hilvanó a su vez, hace tres años, el reconocido investigador de los medios de difusión masiva Raúl Trejo Delarbre y reiteró que:

> "El Esquema comercial –el que impone el mercado– no es el único camino para la prensa en México.
>
> Si se recuperasen los principios y fines deseables para la comunicación y se antepusieran los compromisos sociales de las empresas dedicadas a esa tarea, podría pensarse en medios de comunicación que, estando en manos de particulares, fueran reconocidos como asociaciones sin fines de lucro.
>
> Conviene establecer, legislativa o administrativamente, dos categorías de medios impresos: los lucrativos y los no lucrativos.
>
> Los primeros, que se identifican con la mayor parte de las publicaciones actualmente en circulación, serían considerados como productos de empresas sujetas a la regulación mercantil general.

Los no lucrativos, que serían una figura de nueva creación en el régimen legal de la prensa en México, disfrutarían de privilegios que son comunes en países de Europa Occidental y son recomendados por la UNESCO".

Esta es la argumentación de Miguel Ángel Granados Chapa a finales de 2009, según lo cita Raúl Trejo "Prensa no lucrativa, propuesta de Granados Chapa, 2012". Continúa diciendo:

> "Medios no lucrativos. En esta definición caben los que ahora son medios oficiales o de gobierno, así como los medios comunitarios y los de instituciones autónomas, como las universidades"… También los que sean propiedad de asociaciones de periodistas.
>
> Esa prensa, que no buscaría como objetivo esencial el beneficio financiero –según el texto de Miguel Ángel–, tendría entre otras las siguientes facilidades: el otorgamiento de créditos blandos para la instalación de esos medios; subsidios en la importación de sus equipos y materiales; crédito para la adquisición de papel; tarifas postales y de transportación aérea y terrestre preferenciales; régimen tributario especial, etcétera.
>
> El elemento común es que si bien no persiguen ni obtienen ganancias, quedarían autorizados para generar ingresos propios, incluso por publicidad, amén de patrocinios y los presupuestos que les correspondan por su pertenencia a instancias gubernamentales.
>
> Los ingresos han de servir para su funcionamiento, no para generar utilidades. Su régimen fiscal, por lo tanto, eximiría a estos medios del impuesto sobre la renta.
>
> Para ello existía entonces y ahora también "la necesidad de reformar la legislación destinada a la prensa. Allí deberían incluirse normas referidas a las empresas de prensa, a los periodistas y a sus agrupaciones". Recomendaba crear un registro nacional de prensa en donde cualquier interesado pudiera conocer cómo se integran las empresas que editan diarios y revistas.
>
> "A cambio de ello, el compromiso de los medios no lucrativos consistiría en ejercer la responsabilidad social de la prensa, al margen de las utilidades, que sólo le serían permitidas a condición de reinvertirlas. Las reglas destinadas a la prensa no lucrativa podrían establecer un límite (tentativamente del 30 por ciento) del espacio destinado a publicidad, o mayor tratándose de anuncios no comerciales".

Hasta ahí la cita de párrafos textuales de la propuesta de Miguel Ángel de 1985, ampliada en 2009 y recreada en 2012 por Raúl Trejo Delarbre.

Cabe ubicar que en los años 80 no estaba tan desarrollado el principio jurídico de Interés Público (Fuentes Berain & Juárez Gámiz, 2008). Tampoco estaba normado el derecho de acceso a la información, era incipiente el desarrollo de los medios del Estado en algunas universidades, en algunas entidades y unos cuántos medios electrónicos seguían bajo el control del gobierno federal con la agencia Notimex. Ya eran predominantes las grandes empresas de la comunicación y el periodismo.

Los nuevos fenómenos

Durante estos 30 años hemos visto llegar fenómenos que ya no corresponden totalmente al modelo del periodismo político dependiente y de mutuas conveniencias con los gobiernos. Hoy quiere enraizarse otro modelo, de mayor autonomía, más tecnología, más profesionalismo, más investigación, más leyes. Algunos cambios han sido demasiado vertiginosos.

Entre los nuevos fenómenos que se registran en 2015 destacan el desarrollo intenso y complejo del andamiaje jurídico para las comunicaciones y el periodismo; la academización acelerada de los trabajadores de la información; la aparición vertiginosa de miles de periódicos digitales.

Pero, en lo estructural, el modelo económico cambió poco esencialmente y se intensificó la contradicción principal. La mayor concentración de capital y de propiedad de los medios mercantiles significó más libertad para las grandes empresas de la prensa, más acaparamiento del gasto publicitario, más incautación de la información de interés público, la híper mercantilización de las noticias, mayor control de la agenda de comunicación social del gobierno federal y de los gobiernos estatales.

Ese modelo vulnerabilizó al máximo a miles de medios y periodistas marginados del gran mercado; en ellos, por añadidura, se concentró una década de agresiones y asesinatos; trastocó las relaciones de conveniencia entre los periodistas y los medios domeñados con los políticos en general, los que no encuentran otras medidas más que continuar con malas prácticas de manejo arbitrario del gasto publicitario, corrupción o sometimientos bajo presión (Ver Hernández López, "Prontuario para fortalecer a periodistas vulnerables de México", 2014.

Corregiría el mercado publicitario

Un indicador para evaluar la contradicción mayor del sistema de información masiva es la participación del sector público en la erogación total en publicidad. La desagregación permitirá observar que el sector público sí puede imponer correcciones en el mercado de la publicidad por el peso específico que tiene su gasto, aproximadamente del 20 por ciento.

Para esto se toma como base 2013, cuando el gasto publicitario total fue alrededor de 72 mil millones de pesos y el gasto de los gobiernos de los tres niveles (federal, estatal y municipal)

El periodismo no lucrativo es una alternativa a la lógica de mercado imperante en los medios. Foto: Moíses Pablo / Agencia Cuartoscuro.

fue de al menos 14 mil 400 millones de pesos, que significan el 20 por ciento del total. Sobre este gasto son conocidos los trabajos de Fundar Centro de Análisis e Investigación y Artículo 19 (Fundar; Article 19, 2014).

El gobierno federal de Enrique Peña Nieto erogó en 2013, su primer año de gobierno, unos 6 mil 691 millones de pesos en Publicidad oficial, 2 mil 496 millones más de lo presupuestado. (En 2014 la erogación federal fue de casi 8 mil millones).

Por lo que hace a los gobiernos de los estados de la república, en otra investigación también en línea, las mismas organizaciones aseguran que "26 entidades gastaron 5 mil 377 millones de pesos en publicidad oficial durante 2012". Con ese total se puede inferir conservadoramente que en 2013 el gasto en todas las entidades fue de unos 6 mil millones de pesos en 2013 (Ruelas Serna & Dupuy, 2014).

Del gasto público para publicidad en los municipios, muy pocas personas conocen o logran tener datos confiables. Pero no sería muy aventurado inducir que el gasto total en los municipios, para 2013, fue de un mil 700 millones de pesos (Hernández López, 2014).

Es ampliamente conocido que los grandes corporativos siguen llevándose las mayores tajadas del llamado pastel publicitario (Huerta Wong & Gómez García, 2014). En promedio para 2013 y 2014 el 62 por ciento se destinó a la televisión, 11 por ciento para la radio, 13 por ciento para la prensa escrita, 7 por ciento para Internet que sigue a la alza. El resto fue para Otros, rubro en lo que no entran los medios públicos, ni comunitarios y solamente unos cuantos de los miles de periódicos digitales que tristemente se disputan las migajas que quedan de ese gasto de gobiernos locales y más escasamente de empresas privadas anunciantes (Observatorio de las industrias, las políticas y los consumos culturales, 2014).

Se estima que al cerrar 2015 el monto global será mayor a los 90 mil millones de pesos, y de acuerdo a los cálculos expuestos el gasto público total sería de 18 mil millones.

La propuesta de crear un nuevo sujeto económico con los medios de prensa no lucrativos, implicaría que se debe destinar a ellos el 20 por ciento de tal gasto público. Por ejemplo en 2015 esta canalización habría representado unos 3 mil 600 millones de pesos, cantidad que haría mucho más competitivos a todos los medios públicos, comunitarios, de asociaciones de periodistas y otros que, por operar sin fines de lucro, tendrían que reinvertir en equipos y capacitación

Cada vez hay más medios no lucrativos en México. Foto: Nacho Ruíz / Agencia Cuartoscuro.

los ingresos sobrantes de sus gastos operativos. Y al año siguiente incrementarían sus capacidades y participación y así sucesivamente.

Habría miles de nuevos competidores

El desarrollo tecnológico creó un nuevo actor en el mercado de la prensa mexicana. Más de 2 mil 500 periódicos digitales que conforman un sistema nervioso paralelo y que disputa en redes sociales la difusión de noticias más libremente y comienza a presionar para ser tomado en cuenta como otro sujeto jurídico.

Un ejercicio empírico basado en muestreos informales en 12 entidades en 2014, arrojó la posible presencia de 2 mil 575 medios digitales independientes respecto de los sitios web de los medios industriales. La proyección produjo una cifra que podría ser conservadora: cinco estados con 50 periódicos digitales, cuatro entidades con un promedio de 150 y veintitrés estados con un promedio de 75: (250+600+1,725=2,575). No se suman los sitios hechos por empresas publicitarias, de aficionados o los portales de los medios de prensa industriales que se desdoblaron hacia la Web.

¿Qué provoca esta mudanza o mutación? Como reportero pregunté y busqué respuestas entre las entidades académicas o expertos. Hay muy pocos estudios que estudien lo general y reciente de esta mutación. Únicamente encontré tres recientes que permiten hacer algunas deducciones:

A reserva de estudios académicos confirmatorios, una primera inducción es que en México se rompió en 2 mil 575 pedazos, por lo menos, el viejo sistema imperante de medios de prensa impresos y está trastocando los alcances de los medios electrónicos.

Otra conclusión es que el concepto de periodismo no lucrativo, que hace 30 años comenzó a expresar Miguel Ángel, comenzó a usarse prolíficamente en Europa y en Estados Unidos hace poco más de una década pero con una variable: a los medios públicos, se agregan los nuevos periódicos impresos y digitales que llegaron por oleadas tras las crisis editoriales de la última década.

Sobre esta tendencia, hay ensayos que aluden al periodismo no lucrativo para referir a los medios de prensa no industrializados que se enfocan, esencialmente, en atender nece-

sidades de información local investigada (hiperlocales, les llaman); es decir, son medios digitales e impresos en los que se privilegian los criterios de investigación y de cercanía del periodismo profesional, son medios no lucrativos porque tienen poco capital de inversión, poca venta, poca publicidad, por lo que sus ingresos apenas alcanzan para sueldos decorosos de algunas personas y el mantenimiento a sus modestos equipos e instalaciones.

Como esos ahora hay miles en México. Esto es como si al sistema nervioso central se le hubiera desarrollado un sistema nervioso periférico que realiza sus tareas con mayor libertad y velocidad, pero que a la vista pocos saben cuál será su evolución. Declarar de interés público a estos medios para que incursionen en el mercado sin fines lucrativos, sería parte de la alternativa que vislumbró Miguel Ángel.

Más soporte con los medios públicos

A fines del siglo XX, el Estado, administrado por el PRI, perdió deliberadamente los medios de difusión masiva y de prensa que tenía para equilibrar a los medios privados, pero ha sido forzado por la sociedad civil en organizaciones autónomas para generar un incipiente sistema de medios públicos, que ya demuestra presencia y desarrollo pero al que aún le falta apoyo financiero y un techo legal que lo proteja y promueva. Permitirles acceder al mercado publicitario también sería fortalecer a otro competidor que actuaría bajo criterios no lucrativos ni de mercantilización de la información.

En un foro sobre Medios Públicos en el Senado de la República el 26 de noviembre de 2014 se informó que los medios sociales todavía no significan competencia preocupante en el mercado de la publicidad, y que los medios públicos no sólo seguirán impedidos para tener suficientes ingresos por venta de publicidad o la venta de servicios, sino que operarían en 2015 con menos recursos. Prácticamente han tenido que mendigar, en palabras del senador Javier Corral Jurado.

En 2012 los medios públicos eran unas 450 estaciones de radio y canales de televisión (Gómez & Sosa Plata, 2013). De ellas, a fines de 2014, la mayoría estaban en 56 sistemas de radio y televisión pública en la Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales.

Los medios públicos tienen como debilidad principal la imposibilidad de acceder a recursos autogenerados, por la vía de la publicidad o de patrocinios. Son medios no lucrativos que si fuesen declarados de interés público (como lo que son) y, además del presupuesto para operación se les asignara un porcentaje del gasto público en publicidad, tendrían más garantías para su funcionamiento y desarrollo para el bien de la pluralidad de la información de interés público (Medina).

Reordenar el marco jurídico

Para los medios públicos y los periódicos digitales, como nuevos actores en el sistema de información masiva, hace falta legislar y, de paso, reordenar un abigarrado andamiaje jurídico que ha crecido sin orden ni concierto en los últimos 10 años.

Desde 2008 los especialistas ya observaban que "una característica de la normatividad jurídica de la comunicación de México es la dispersión y multiplicidad de normas sobre este tema, lo cual origina problemas de orden práctico. El más grave es que dicha dispersión crea incertidumbre jurídica entre la ciudadanía, especialmente en los individuos que ejercen la comunicación en sus diversas modalidades como son: diseñadores, cineastas, periodistas, locutores, fotógrafos y publicistas, quienes están directamente obligados a observar estos preceptos" (Berrueco García, 2008).

Para 2015, el andamiaje jurídico relacionado con los medios había crecido más y con menos coherencia. Desde 2010, fueron surgiendo aceleradamente otros ordenamientos en dos tendencias muy claras: una para proteger el ejercicio del periodismo y la otra, mucho más frondosa, para restringir a los medios (Hernández López, "Es hora de entender e impulsar a la prensa no lucrativa en México", 2014).

De presunta protección, a septiembre de 2015 ya se registraban en todo el país una ley federal y 20 leyes estatales de protección a periodistas aprobadas por los congresos, unas de mera protección cautelar, otras de fomento únicamente, otras mixtas de protección, fomento y reconocimiento de derechos para ejercer el periodismo; 29 iniciativas parecidas esperaban en los estados para ser dictaminadas. En el mismo sentido se comenzaron a tipificar los delitos contra el periodismo en el Código Penal Federal y en 4 códigos penales de los estados.

Por el otro lado, se ha legislado para ir acotando tangencialmente la libertad plena de informar y la de expresión. Se reformaron los artículos 1°, 6°, 28, 33, 130 y 134 de la Constitución y se crearon o actualizaron al menos 20 leyes secundarias de carácter federal y general: la de Imprenta, de Asociaciones Religiosas, Contra la Discriminación, la Electoral, de Transparencia, de Telecomunicaciones, de Protección de niñas y niños, de la Propiedad Industrial; de Protección al Consumidor; del Derecho de Autor; de Información Estadística y Geografía; igual se modernizaron los códigos: Civil Federal; Penal Federal, el Nacional de Procedimientos penales; el de Comercio; el Federal de Procedimientos Civiles; el Fiscal de la Federación. Varias de estas reformas o nuevos ordenamientos tuvieron su correlato lógico en las entidades del país. Y ese es un cómputo aún pendiente por realizar.

Todo junto indica, al menos tres certezas: el periodismo ya no es intocable en el reordenamiento jurídico del Estado; que se han creado más obligaciones que derechos para ejercer el periodismo y que se hace necesario reagrupar mucho de lo legislado en una sola ley para los medios.

Quizá convenga pensar en una ley de medios de difusión donde se clasifique a los de interés público, ley que debiera ser general para todo el país, que norme y transparente el gasto público publicitario, que especifique derechos y obligaciones para los medios no lucrativos (medios públicos y sociales, comunitarios, medios impresos o digitales, propiedad de asociaciones civiles de periodistas sin fines de lucro, con plantilla de personal no mayor de 20 personas que tendrían preferencia presupuestal y publicitaria si cuentan con una propuesta editorial profesional, de cercanía con sus poblaciones o coberturas especializadas, como ocurre con publicaciones culturales y que, además, cuenten con códigos de ética y defensores de la información y de los públicos.

La idea original de Miguel Ángel Granados Chapa sobre los medios no lucrativos, con estos y otros argumentos, podría sentar bases para redistribuir la propiedad de los medios y el mercado de la publicidad, reordenar la ineficaz dispersión legislativa, estimular el nuevo modelo de relación prensa-Estado que se abre paso y pluralizar un poco más la información periodística.●

Notas

- Acerca de la esencia de las ideas fundacionales, por ejemplo, en 1996 el filósofo estadounidense Daniel Dennet seguía aún describiendo el concepto darwinista de evolución como "la idea más grande que ha existido nunca". Watson, Peter. Historia intelectual del siglo XX. Página 14. Edit. Crítica, Barcelona.
- Se esperaba que el gasto llegaría a los 5.150 millones de dólares al finalizar el año 2014 (84 mil 975 millones de pesos a a 16.50 por dólar) www.marketingdirecto.com/especiales/latinoamerica-especiales/aumenta-el-gasto-en-inversion-publicitaria-en-mexico/#sthash.SrNtQutQ.dpuf.
- El más completo se llama Medios digitales en México, elaborado bajo la conducción de Rodrigo Gómez y Gabriel Sosa-Plata para Open Society Fundations, pero fue presentado hace más de 3 años, en febrero de 2011.

Bibliografía

- Berrueco García, A. (2008). *Sistematización del disperso marco jurídico de la comunicación en México*. Recuperado el 2015 de Octubre de 2015, de Biblioteca Jurídica Virtual: http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/decoin/cont/11/art/art2.htm
- Fuentes Berain, R., & Juárez Gámiz, J. (2008). *Medios e interés público*. (Auditoría Superior de la Federación) Recuperado el 26 de Octubre de 2015, de Auditoría Superior de la Federación: http://www.asf.gob.mx/uploads/63_Serie_de_Rendicion_de_Cuentas/Rc11.pdf
- Fundar; Article 19. (2014). *Publicidad Oficial: Recursos públicos ejercidos por el Poder Ejecutivo Federal en 2013, primer año del presidente Enrique Peña Nieto*. Recuperado el 27 de Octubre de 2015, de Fundar: http://www.fundar.org.mx/mexico/pdf/documentogastosPOEPN_VF.pdf
- Gómez, R., & Sosa Plata, G. (2013). *Medios digitales en México*. México, D.F., México: Open Society.
- Hernández López, R. (4 de Agosto de 2014). "Los municipios también gastan al año 1,500 millones de pesos en publicidad". *La Jornada San Luis*.
- Hernández López, R. (2014). *Es hora de entender e impulsar a la prensa no lucrativa en México*. México.
- Hernández López, R. (Diciembre de 2014). *Prontuario para fortalecer a periodistas vulnerables de México.* (Casa de los Derechos de Periodistas; Freedom House) Recuperado el 27 de Octubre de 2015, de Freedom House: https://freedomhouse.org/sites/default/files/Prontuario%20para%20fortalecer%20a%20periodistas%20vulnerables%20de%20M%C3%A9xico.pdf
- Hernández López, R. (1 de Septiembre de 2014). "Ya son más de 2 mil 500 periódicos digitales en México". *Chiapas paralelo.*
- Huerta Wong, J. E., & Gómez García, R. (2014). "Valor del Mercado de Medios". México: Asociación de Agencias de Medios.
- Medina, L. (s.f.). *Medios públicos*. (UNAM) Recuperado el 27 de Octubre de 2015, de Biblioteca Jurídica Virtual: http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/5/2404/19.pdf
- Observatorio de las industrias, las políticas y los consumos culturales. (2014).
- Ruelas Serna, A. C., & Dupuy, J. (Abril de 2014). *Índice de acceso al gasto en publicidad oficial en las entidades federativas*, 2013. Recuperado el 27 de Octubre de 2015, de Fundar: http://www.fundar.org.mx/mexico/pdf/Informe_PublicidadOficial2013.pdf
- Trejo Delarbre, R. (20 de Agosto de 2012). "Prensa no lucrativa, propuesta de Granados Chapa". Revista *Zócalo*.

Rogelio Hernández López es periodista y Director Ejecutivo de la Casa de los Derechos de Periodistas, A.C.

LEE

VARIOPINTO

PUBLICACIÓN MENSUAL DE ACTUALIDAD POLÍTICA Y CULTURAL. SE INCLUYEN REPORTAJES, ARTÍCULOS DE FONDO, ENSAYOS Y RESEÑAS, CRÓNICAS ENTRE OTROS GÉNEROS, DISPUESTOS EN TRES SECCIONES

ESTO

Tema central con un enfoque periodístico donde se aborda el acontecer nacional e internacional.

AQUELLO

Temáticas diversas de interés general sobre política y cultura que suceden dentro y fuera de nuestras fronteras.

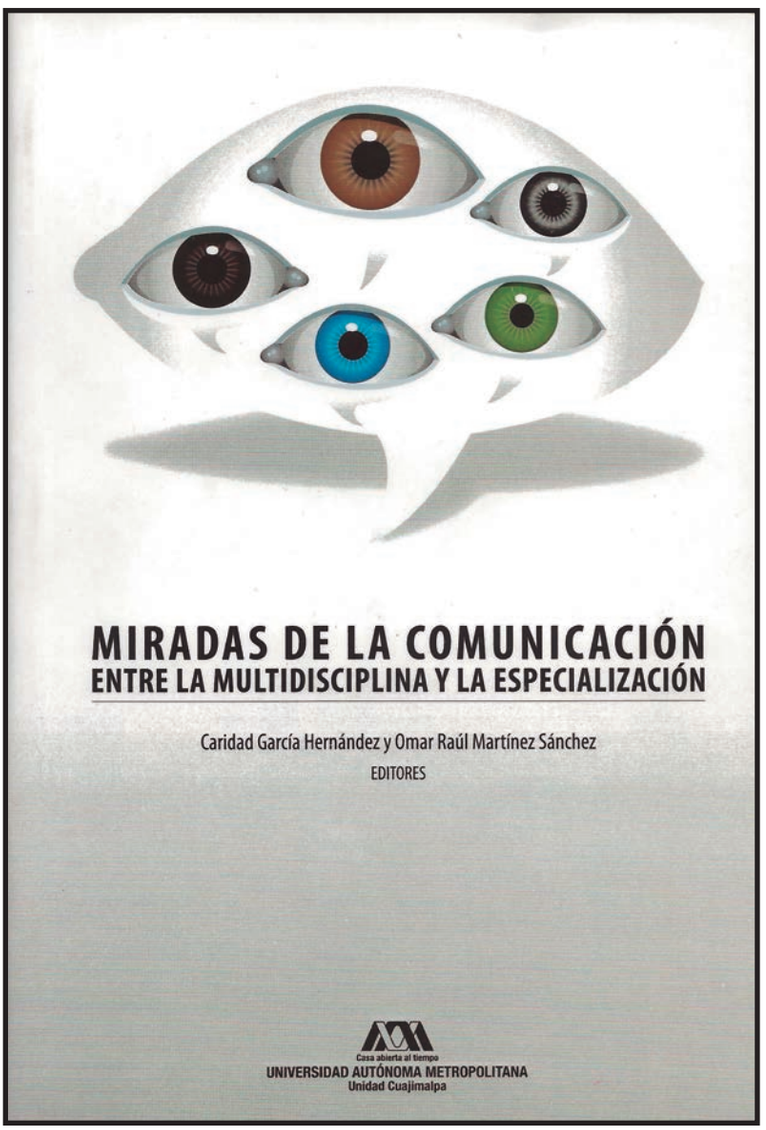
LO OTRO

Espacio de misceláneas donde se incluyen secciones sobre Cultura, Ciencia, Historia, Psicología Literatura, Cine, Teatro, Poesía, Turismo, Gastronomía y Entretenimiento.

RECIBE *VARIOPINTO* EN CASA, SUSCRÍBETE EN LOS TELÉFONO**: 55 93 45 59, 55 93 44 49, 56 64 03 58,** O TRAVÉS DE NUESTRA WEB: **WWW.REVISTAVARIOPINTO.COM. E**NCUÉNTRANOS ADEMÁS EN **SANBORNS** Y EN **LIBRERÍAS DE PRESTIGIO.**

Reseñas bibliográficas

Jorge Tirzo



García Hernández, C., & Martínez Sánchez, O. R. (2013). *Miradas de la comunicación. Entre la multidisciplina y la especialización* (Primera edición ed.). (C. García Hernández, & O. R. Martínez Sánchez, Edits.) México, D.F., México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa.

Diversidad en los estudios sobre comunicación

El estudio contemporáneo de la comunicación está lejos de ser simple. Los análisis científicos deben tomar en cuenta al mismo tiempo las dimensiones especializadas y los grandes procesos inter o multidisciplinarios. El libro *Miradas de la comunicación. Entre la multidisciplina y la especialización* es un compendio de ponencias fruto del II Coloquio del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa. Este se desarrolló durante noviembre de 2012, teniendo como objetivo compartir y analizar los resultados de la investigación en materia de comunicación de dicha universidad.

Los temas principales de los artículos contenidos en el libro, son:

1. La apropiación y los usos sociales de la herramienta Moodle de aula virtual.
2. Las encuestas usadas como propaganda política en las elecciones mexicanas de 2012.
3. Una revisión historiográfica sobre las razones por las cuales la ética y la deontología periodística han sido desatendidas en México.
4. Los vínculos entre la comunicación y la cultura organizacional.
5. La cognición y la comunicación afectiva.
6. Acercamientos multidisciplinarios metodológicos para la investigación en comunicación.
7. La metáfora en la fotografía científica.

Se trata de un abanico temático que da cuenta de la diversidad actual en los estudios sobre comunicación. Por un lado, las experiencias en micro de la apropiación de herramientas digitales como Moodle remiten a un ámbito de análisis muy cercano en la que los alumnos experimentan dificultades para apropiarse de la plataforma. En el otro extremo están los estudios sobre propaganda en forma de encuestas durante procesos macro como lo son las elecciones.●

En busca de mejores medios

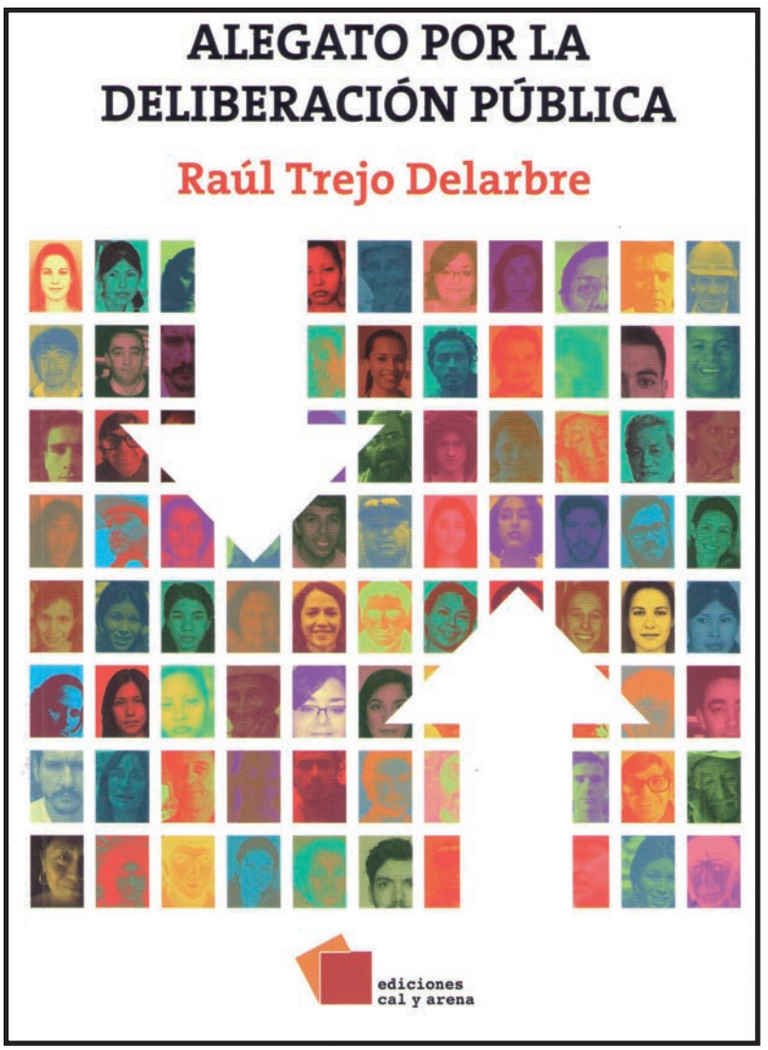
La situación es de sobra conocida: Los medios mexicanos privilegian el espectáculo, el sensacionalismo, el amarillismo, la imagen. A pesar de la relativa diversidad y apertura que han tenido durante los últimos lustros, en ellos sigue prevaleciendo un periodismo pobre, reportes escuetos, debates que se parecen más al programa de Laura Bozzo que a una verdadera dialéctica de ideas. El libro *Alegato por la deliberación pública* de Raúl Trejo Delarbre es justamente un análisis profundo sobre los análisis superficiales.

En sus páginas, el autor critica a los medios mexicanos, poniendo especial énfasis en los periodísticos que supuestamente publican artículos de opinión. Así, tanto con perspectivas panorámicas como utilizando casos particulares, Trejo muestra cómo esos medios supuestamente tan críticos en el fondo son fachadas de superficialidad que no propician un verdadero debate público. Así, por ejemplo, el *Reforma* por un lado cuenta con grandes articulistas como Silva-Herzog y Villoro; pero simultáneamente en su último rediseño le quita espacio a sus artículos para privilegiar las imágenes. O periódicos como *La Razón* y *El Universal* que ante temas tan sensibles como las revueltas sociales en Egipto, prefieren ignorar totalmente el tema y en el mejor de los casos dedicarle solo unas cuentas líneas sin mayor contexto.

La cosa no se detiene ahí. El autor también explora el papel de los "intelectuales mediáticos", esos que salen en muchos medios pero poco aportan para el entendimiento cabal; el papel de la comunicología como crítica de los medios; la nula crítica que hacen los medios de sí mismos; y el dilema de la dependencia de la publicidad oficial.

La tesis central se encuentra de forma transversal en todo el texto: Para lograr una verdadera democracia es necesario deliberar de forma pública mediante la exposición, el debate, el análisis y la crítica de las ideas de una forma profunda, ordenada y efectiva. Es decir, el entorno mediático de México dista mucho de fomentar la democracia y más bien se ha entregado a la lógica del espectáculo.

Ante este desolador escenario, Trejo Delarbre reconoce el papel de Granados Chapa como un intelectual y periodista comprometido con la deliberación pública. Además, retoma una de sus propuestas, la del reconocimiento jurídico de los medios no lucrativos, como una forma de promover un entorno mediático más diverso. No se trata de que el debate sea gratuito, sino de incentivar formas no lucrativas de medios, como las ONG, los medios públicos, los medios universitarios, etc.



Trejo Delarbre, R. (2015). *Alegato por la deliberación pública* (Primera edición ed.). México, D.F., México: Cal y arena.

En suma, se trata de un libro necesario para comprender la dinámica actual de los medios en México. Porque el entorno ha cambiado y es relativamente más diverso, pero también es más superficial y sometido a la lógica del mercado (y la publicidad oficial). Cambiar a los medios no solo beneficiaría a periodistas, comunicólogos y comunicadores. El reto es que tal transformación sirva para crear una sociedad más democrática, mejor informada y con mayor nivel de involucramiento en los procesos políticos.●

Espino Sánchez, G., & Mendoza Zaragoza, E. (2015). *Los gobernadores, enclaves del autoritarismo en México. Sometimiento y subordinación de los medios de comunicación locales* (Primera edición ed.). Querétaro, Querétaro, México: Fontamara.

Los medios estatales en contubernio con el poder

Si en los medios mexicanos en general persiste la dependencia con el gobierno, en los medios de los estados esto se agudiza. Así lo demuestra el libro *Los gobernadores, enclaves del autoritarismo en México* de Germán Espino Sánchez y Efraín Mendoza Zaragoza. A través de un estudio que toma como eje el entorno mediático de Querétaro, los autores realizan una exhaustiva radiografía de los vínculos entre el poder y los medios estatales. Su investigación combina el análisis de contenido, estudios de rating, estudios hemerográficos y políticos.

La conclusión, aunque ya la sospechábamos, es contundente: Los medios nacionales suelen tener sesgos políticos de forma cotidiana, pero tienden a ser balanceados en época de elecciones. En cambio, los medios estatales suelen ser voceros del gobierno de forma cotidiana y durante las campañas esto solo empeora. Dicho de otra forma, si los medios nacionales están mal en materia de independencia, los medios de los estados están mucho peor.

Esto se debe, según los autores, a que los gobernadores han perpetuado las prácticas autoritarias del régimen hegemónico del siglo XX. Si a nivel federal no podemos hablar de una democracia efectiva, en el nivel estatal mucho menos. No solo se trata de un sistema de cooptación, sino de una forma de operar el Estado y los medios que persiste como un reto al sistema democrático. En un entorno de "capitalismo clientelar" donde cada grupo opera solamente para su propio beneficio, los gobernadores y los medios se benefician uno de los otros dejando lejos la labor de los medios como servicio público.

Se trata de un libro que nos puede ayudar a entender los mecanismos que vinculan al poder y a los medios estatales. Destaca porque su análisis no es fruto de la mera especulación, sino de datos empíricos procesados con un enfoque multidisciplinario. Útil tanto para politólogos como para comunicólogos, este libro nos demuestra eso que ya sospechábamos: es necesario transformar los medios para que sean efectivamente independientes del poder, que sirvan como una crítica real al servicio del público y no del gobierno.●

Jorge Tirzo es escritor y periodista. Editor de la *Revista Mexicana de Comunicación*. Autor del libro *Poesía y expresiones literarias contemporáneas*. Licenciado en Periodismo y Medios de Información por el Tecnológico de Monterrey. Maestrante en Estudios Latinoamericanos por la FFyL de la UNAM.

Un libro indispensable para entender el 2 de octubre y evitar tragedias como la de Ayotzinapa

ediciones proceso

ideas y palabras

De venta en puestos de periódicos, VIPS, librerías, en el 56362080, 01800 202 4998, en suscripciones@proceso.com.mx, en **tienda.proceso.com.mx** y en ComunidadProceso

PRIMERA REIMPRESIÓN

DE TLATELOLCO A AYOTZINAPA

LAS VIOLENCIAS DEL ESTADO

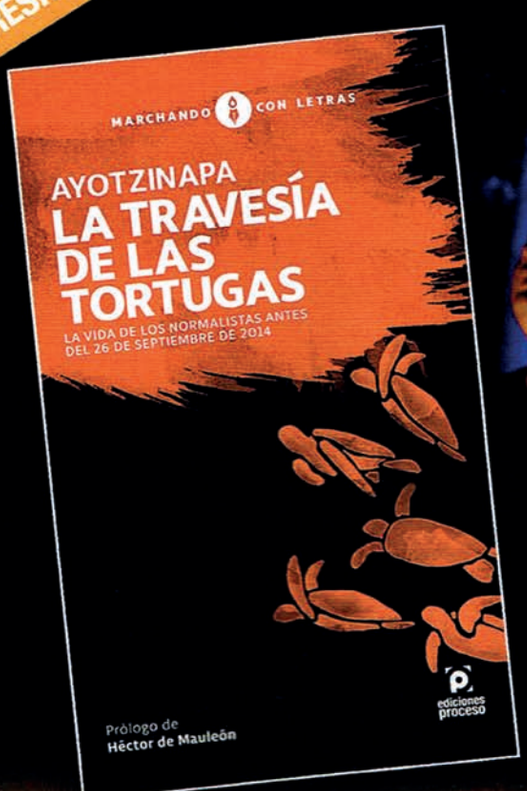
Sergio Aguayo

PROFESOR DE EL COLEGIO DE MÉXICO Y UNIVERSIDAD DE HARVARD

A SÓLO $99.00

PRIMERA REIMPRESIÓN

ediciones proceso



La historia de cada uno de los jóvenes normalistas con una visión periodística.

A la venta en puestos de periódicos, VIPS, librerías, en el 56362080, 01800 202 4998, en suscripciones@proceso.com.mx, en **tienda.proceso.com.mx** y en ComunidadProceso

CONECTA CON NOSOTROS

CONTRALÍNEA

PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN

SÍGUENOS EN

www.contralinea.com.mx

Y EN NUESTRAS REDES SOCIALES

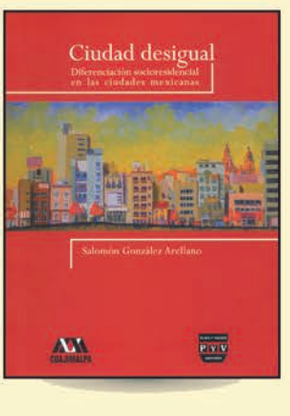
Publicaciones UAM Cuajimalpa

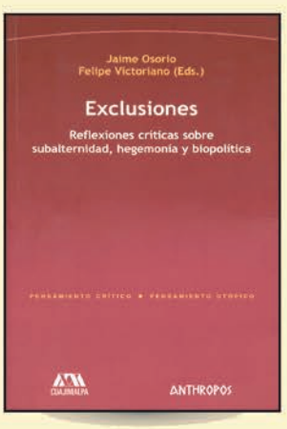
Este libro nos acerca al tema de la apropiación del conocimiento mediante dos vías. La primera explora un espacio determinado de aprendizaje: el museo. La segunda vía a través del abordaje del concepto mismo de "apropiación" y el análisis de las condiciones del conocimiento para que se realice.

Este libro intenta plantear otra manera de enfrentar, y por lo tanto solucionar, el problema del ruido urbano. La autora afirma que escuchar implica pensar, y escuchar las ciudades significará contar con una buena disposición para entenderlas de mejor manera. Ninguna ciudad suena igual a otra, las ciudades hablan de lo que son a través de su historia, su cultura, su urbanismo y su arquitectura, pero también de sus sonidos.

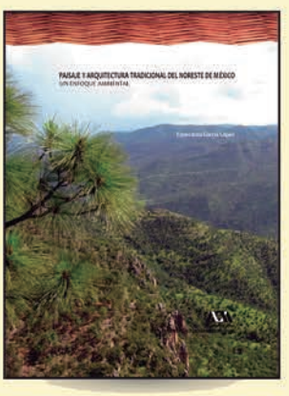
Los capítulos que integran este libro reúnen reflexiones respecto de aspectos fundacionales y epistemológicos de la investigación comunicacional; de procesos de comunicación e interpretación del conocimiento artístico y científico; de la participación de las tecnologías de la comunicación en los ámbitos de la política, la democracia, la cultura y el arte; de las nuevas dimensiones de los medios masivos contemporáneos, así como de sus políticas y dinámicas de convergencia.

Es un texto que, a partir de las teorías y métodos de la geografía urbana, analiza la diferenciación socioresidencial de las ciudades mexicanas, identifica las transformaciones recientes ocurridas en el espacio urbano, y explora el efecto de las políticas neoliberales en la evolución de las desigualdades territoriales en México.





El objetivo de este volumen colectivo es tematizar de manera teórica el concepto de exclusión, vocablo que en la actualidad circula con vigor tanto en la retórica política y económica contemporánea como en la literatura especializada de las ciencias sociales y las humanidades.



Este trabajo se configura en tres grandes capítulos, el primero con una clasificación y una consideración del norte de México; el segundo más enfocado hacia cuestiones del paisaje, nos muestra su configuración espacial y el tercero, enfocado particularmente a la arquitectura tradicional, nos permite cerrar nuestro tema principal, y establecer que la arquitectura es el elemento tangible que se desprende del conocimiento de las cuestiones naturales, sobretodo del clima y que la arquitectura tradicional es más que un elemento paisajístico.

Estudiar el agua es entrar en uno de los debates contemporáneos que abogan, en diferentes foros e instituciones, por nuestro futuro y por su sustentabilidad: hacer viable al ser humano al prever fallas y consecuencias; hacer sustentable a la sociedad al prepararla para sus necesidades y carencias; hacer al gobierno ecológicamente eficiente para atender la multiplicidad de retos que enfrenta por los disturbios de no concebir a la naturaleza como parte de nuestro todo.

10 años
2005 – 2015
Casa abierta al tiempo
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
METROPOLITANA
Unidad Cuajimalpa

CUARTOSCURO.COM CONVOCA AL CONCURSO DE FOTOGRAFÍA 2016

IDENTIDAD/ AMÉRICA LATINA

Cuando se piensa en América Latina, viene a la mente una cultura arraigada y ancestral, profundamente mezclada con elementos de muchas partes del mundo que aquí convergieron para dar origen a la identidad latinoamericana; en nuestro territorio hay gente y costumbres diversas. Paradójicamente, la variedad –junto con el lenguaje– es uno de los vínculos más estrechos que nuestras naciones comparten. Pero Latinoamérica es mucho más. Desde la Tierra del Fuego hasta el Río Bravo, América Latina vibra, es tierra de culturas originarias, de grupos mestizos, de la raza cósmica. Son los rasgos, las tradiciones, la historia milenaria, los estallidos de color y fiesta, los lazos que nos unen, pero también nos distinguen entre la diversidad de pueblos. ¿Cómo dejar esta identidad en imágenes? Cuartoscuro convoca a fotógrafos de toda Latinoamérica –residentes o no en el continente– a participar en el concurso ***Identidad / América Latina*** de acuerdo con las siguientes

BASES

Podrán participar de manera individual fotógrafos de origen latinoamericano, que residan en el continente o en cualquier otra parte del mundo, así como extranjeros con al menos tres años de residencia en América Latina, con una foto individual o una serie de hasta seis fotografías que muestre su identidad y pertenencia a un lugar.

Las fotos tendrán que haber sido producidas entre 2013 y 2016, por lo que es obligatorio que la imagen –si es digital– cuente con metadatos para verificar la fecha de toma.

Las imágenes pueden ser en color o en blanco y negro, mediante cualquier técnica: procesos antiguos, análoga o digital, incluidas las producidas mediante teléfonos celulares.

Aunque se admite retoque digital –sólo para el mejoramiento de la calidad de la imagen: niveles, contraste, color, saturación, y filtros de brillo y nitidez–, no está permitida la manipulación, es decir, no se pueden eliminar ni agregar elementos a la toma original.

Los participantes deberán poner correctamente sus datos de inscripción. Los fotógrafos interesados podrán registrar más de una serie, pagando la cuota correspondiente y cada una debe tener su número de registro en *www.cuartoscuro.com/concurso2016*.

RECEPCIÓN

Cada participante mexicano depositará una cuota de recuperación de 100 pesos (cien pesos 00/100 m.n.) o de 7 dólares usd para los residentes en otros países, por cada foto individual o por una serie, a la cuenta de la Fundación *Pedro Valtierra*, ac, 0165488729, clabe interbancaria 012930001654887299 bbva Bancomer. swift: bcmrmxmmxxx. Es importante conservar la ficha de depósito o el comprobante de la transferencia pues deberá adjuntarse a los demás requisitos de inscripción.

Los participantes deberán ingresar a *www.cuartoscuro.com/concurso2016* y seguir el proceso de registro una vez realizado el pago de recuperación.

Los participantes subirán las imágenes en formato jpg a 72 dpi de resolución x 1500 pixeles en su lado más largo incluyendo una descripción del trabajo de alrededor de mil caracteres. Deberán identificar cada imagen con su nombre y el número de foto, por ejemplo: *luzdemitierra_01.jpg*.

nota: Los participantes conservarán los archivos originales en 300 dpi y 4 mil pixeles, mínimo, en su lado más corto.

Los trabajos que no cumplan con los requisitos y la inclusión del comprobante de pago no podrán participar. La convocatoria queda abierta a partir de la publicación y cierra el viernes 29 de abril de 2016.

Al participar, los fotógrafos manifiestan su conformidad con las bases de esta convocatoria y autorizan a los organizadores el uso de sus imágenes con fines promocionales y de exhibición, sin afectar sus derechos de autor.

EL JURADO

Estará integrado por profesionales de la fotografía que calificarán la calidad conceptual y técnica de la imagen. Su decisión será inapelable. Cualquier imprevisto en la presente convocatoria quedará a criterio de los organizadores y miembros del jurado.

Se seleccionarán las imágenes de los 10 finalistas para exhibirse durante la entrega de premios.

Los resultados se darán a conocer el miércoles 1° de junio de 2016 en *www.cuartoscuro.com y www.cuartoscuro.com.mx*.

PREMIOS

- **primer lugar:** equipo fotográfico **Nikon d750 24–120 mm**; 50 mil pesos y publicación en *Cuartoscuro*.
- **segundo lugar:** equipo fotográfico **Nikon d610 24–85 mm**; 30 mil pesos y publicación en *Cuartoscuro*.
- **tercer lugar:** equipo fotográfico **Nikon d7200 18–140 mm**; 20 mil pesos y publicación en *Cuartoscuro*.

Los premios y la exhibición se realizará el viernes 24 junio de 2016 a las 19:00 horas en el marco de la exposición de la selección de las fotos de los 10 finalistas, incluyendo a los ganadores, en el Museo Archivo de la Fotografía.

También se entregará el **Premio a la Trayectoria Cuartoscuro 2016**, consistente en una cámara de plata, a la persona o institución que haya colaborado activamente en la difusión, enseñanza o a la innovación de la fotografía durante los últimos años.

Más información en *identidadlatinoamerica2016@cuartoscuro.com*. ■

CDMX Ciudad de México · Museo Archivo de la Fotografía · CONACULTA · Radio Educación · fototeca de Zacatecas Pedro Valtierra

Universidad del Claustro de Sor Juana · Fundación Pedro Valtierra Asociación Civil · canal once · Cuartoscuro Agencia de Fotografía y Editora · Café Cultura 19 años Tampico Tamaulipas 2016 · Nikon At the heart of the image · Lo hecho en México