

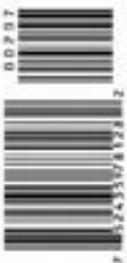
# Revista ZOCALO



## Observatorios, mirada crítica a los medios

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

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



www.revistazocalo.com.mx



# 8

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



### Mesa de redacción

- 4 El PAN y Movimiento Ciudadano reviven contrarreforma



### Cartón de Rapé

- 5 No culpes a la tropa



### Para seguirle la pista

- 6 Persiste concentración en mercado Telecom: Olvera Jiménez



### Observatorio de medios

- 12 Los observatorios de medios y la sociedad  
Magdalena Sofía Paláu Cardona
- 15 *ObVio*, un espacio para la reflexión y el análisis  
Patricia Andrade del Cid
- 19 ¿Para qué examinar la ficción televisiva?  
Darwin Franco y Guillermo Orozco / OBITEL México
- 22 Vigilancia para la equidad de género  
Lurdes Barbosa
- 25 Urge escrutinio independiente a prensa, radio y televisión  
Luis Josué Lugo

- 28 Mira quién observa a medios e infancias  
Irma Ávila Pietrasanta

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

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



### Telecomunicaciones

- 38 La contrarreforma a la Ley Telecom  
Aleida Calleja

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

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



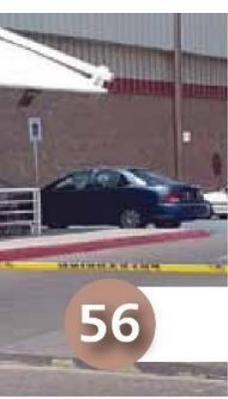
### Comunicación política

- 46 Peña Nieto mete al Ejército a las elecciones  
Alejandro Navarrete

- 50 El presupuesto a cambio de votos  
Claudia Hidalgo

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

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



56



65



70

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

## Libertad de prensa

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

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

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

## Investigación CONEICC

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

## Medios digitales

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

- 68** El *zapping* contra los algoritmos  
César Cano



## Cultural

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



## Transparencia

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

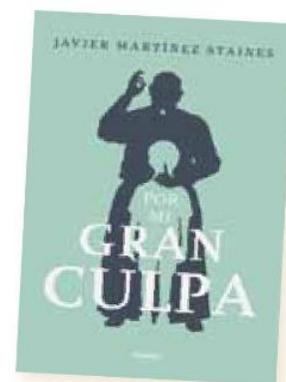
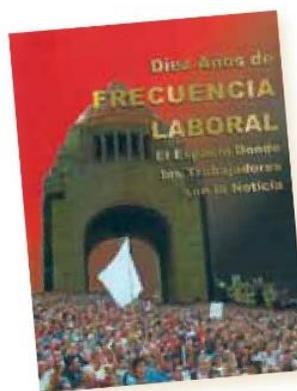


## Política

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



## Reseñas y tesis



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

Certificado de Licitud de Título No. 12280 y Licitud de Contenido No. 8943, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, expedidas con fecha 7 de abril de 2003.  
Zócalo, Comunicación, Política y Sociedad, es una reserva para uso exclusivo, otorgada por la Dirección de Reserva de Derechos del Instituto de Nacional de Derechos de Autor, bajo el número 04-2017-030215503500-102. Número de ISSN 1665-8698.  
Domicilio en Calzada México Tacuba, 4 Piso, Colonia Popotla, Delegación Miguel Hidalgo. C.P.11400. Tels. 53416590, 53416597. Correos [revistazocalo@yahoo.com.mx](mailto:revistazocalo@yahoo.com.mx), [alternativamedios@gmail.com](mailto:alternativamedios@gmail.com). Web: [www.revistazocalo.com.mx](http://www.revistazocalo.com.mx).  
Impreso. Multigráfica Publicitaria, S.A. de C.V. Avena No. 15 Col. Granjas Esmeralda, Delegación Iztapalapa. C.P. 09810  
Suscripciones. Precio por ejemplar 30 pesos. Suscripción anual 350 pesos. Por 12 números.  
Ventas: Sanborns de toda la República mexicana. Puestos de periódico, librerías cerradas y universidades.  
Registro Postal. Porte Pagado. Publicaciones Periódicas PP09-1915. Autorizado por SEPOMEX.

### SUSCRIPCIONES

5342 - 6430 y 2465 - 0598  
[suscripcioneszocalo@yahoo.com.mx](mailto:suscripcioneszocalo@yahoo.com.mx)  
12 ejemplares x \$350

Síguenos en:



Revista Zócalo



Zócalo Medios



Revista Zócalo



@RevistaZocalo



Zócalo

# ObVio, un espacio para la reflexión y el análisis

• Patricia Andrade del Cid\*



15

**V**eracruz, Ver.- El 7 de mayo del 2012 el Observatorio Veracruzano de Medios (*ObVio*), publicó sus primeras líneas en el *blog* albergado dentro del portal de la Universidad Veracruzana, para hacer extensiva a la sociedad un espacio para la reflexión y análisis de los mensajes de los medios de comunicación. En aquel texto<sup>1</sup> manifestamos nuestro objetivo:

El *ObVio* pretende generar un amplio debate y discusión sobre los medios de comunicación en el estado de Veracruz y el papel que desempeñan en la construcción de la cultura política y democrática de la sociedad veracruzana (...), nos proponemos construir una base de datos que, desde la confluencia de las metodologías cuantitativas y cualitativas, permitan observar y dar seguimiento al contenido de la comunicación mediada.

En *ObVio* sintetizaremos y aprovecharemos la larga tradición que desde la epistemología del lenguaje se aporta para la comprensión y el análisis del contenido del discurso

periodístico. Asimismo, retomaremos las aportaciones que las teorías de la agenda *setting*, la sociología de la producción de mensajes y del “*framing*” o teoría del encuadre, hacen al estudio de la comunicación masiva. Esos serán los soportes para construir una plaza pública de información para la ciudadanía.

Dar nueva lectura a los objetivos planteados hace cinco años fortalece nuestra labor, que se lleva a cabo en un esquema de investigación académica, con el apoyo estratégico de alumnos en su Servicio Social y también mediante el programa de Tutorías de la Investigación de la UV, cuyo objetivo es que los estudiantes adquieran experiencia de investigación durante sus estudios de licenciatura.

El *ObVio* surge como un proyecto del Centro de Estudios de Opinión y Análisis, entidad de investigación de la Universidad Veracruzana que tuvo como antecedente la Red Universitaria de Estudios de Opinión que desde el año 2006 realizaba estudios de opinión con metodologías cuantitativas

y cualitativas. A partir de la elaboración de esos estudios y con la participación de distintos especialistas en estadística, comunicación y sociología, nos dimos a la tarea de observar el comportamiento de los medios en Veracruz, ya que había que considerar su relación con la opinión que se emitía a través de las encuestas.

En aquel 2012 el *ObVio* también se integró a la Red de Observatorios Mediáticos (ROM) del Consejo Nacional de la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), para promover la realización de estudios nacionales que tuvieran mayor impacto social.

De aquel mayo de 2012 a la fecha, *ObVio* realizó y participó en los siguientes estudios:

▶ En 2012, seguimiento de prensa impresa de las campañas

*monitoring Proyect* con la participación de 24 observatorios universitarios a través de la ROM-CONEICC.

▶ 2015, seguimiento en prensa impresa de la campaña electoral para diputados federales, en el que participaron diez observatorios universitarios.

▶ 2016, monitoreo de las campañas electorales para gobernador en seis diarios impresos de Veracruz.

Los resultados de los estudios mencionados se encuentran publicados de manera descriptiva en el *blog* [www.uv.mx/blogs/obvio](http://www.uv.mx/blogs/obvio). Además, durante esos años se generaron productos académicos: nueve artículos de investigación y seis capítulos de libro.

### Las teorías que sostienen el trabajo de *ObVio*

Existen varias hipótesis sobre la importancia de la información que emiten los medios en la vida social, una de ellas establece que es *ObVio* que desde los medios de comunicación se construyen los referentes y representaciones sociales que configuran y dan sentido a las formas de poder y de participación ciudadana en un sistema democrático.

Por su naturaleza tecnológica, los medios son mediadores de la vida pública; es decir, tienen la capacidad de conectar a las distintas esferas de lo público, y logran que la mayor parte de la información que recibimos los ciudadanos provenga de ellos y no de fuentes

directas. Bajo este esquema, la información funciona como un instrumento de mediación entre las instituciones del Estado, empresarios, gobierno, partidos políticos, instituciones, grupos sociales y hegemónicos, y las audiencias o lectores que los consumen, lo que los vuelve protagonistas en la construcción de sentido sobre los asuntos públicos y les confiere enorme relevancia social.

A partir de las características que presenta la información es posible obtener una representación de la esfera de lo público en un determinado medio, lugar y tiempo histórico, bajo la hipótesis de que el discurso del espacio público mediático implica a un emisor, como las formas de gobernar del poder político; y a un receptor, como las condiciones en que se expresa o se comporta la opinión pública en el entramado de subjetividad que esa disertación conlleva.

Los monitoreos o seguimientos de información de *ObVio* pretenden desvelar esas formas de gobernar del poder político y caracterizar, de la misma manera, a la opinión pública que se estudie en ese lugar y tiempo histórico.



16

electorales a la Presidencia de la República, en seis diarios impresos de Veracruz. En este estudio participaron diez observatorios universitarios que pertenecen a la ROM-CONEICC.

▶ En 2012, 2013, 2014, 2015 y 2016, monitoreo de seis diarios impresos de Veracruz sobre temas y problemas ambientales.

▶ 2013, seguimiento en *facebook* y *Twitter* de las campañas de cuatro candidatos a la alcaldía de la ciudad de Xalapa.

▶ 2014 y 2015, líder del monitoreo en prensa sobre temas de medio ambiente a través de la ROM-CONEICC; se analizaron 22 medios impresos de la República y tres en Colombia.

▶ 2015, participación en el estudio del *Global Media Mo-*

---

*Nos dimos a la tarea de observar el comportamiento de los medios en Veracruz ya que había que considerar su relación con la opinión que se emitía a través de las encuestas.*

---

## Porqué analizar a los medios en México y en particular en Veracruz

Con el nacimiento de la democracia mexicana creció la exigencia ciudadana para que sus representantes políticos le rindieran cuentas, y una de las entidades que propiciaron esa pretensión fueron los medios electrónicos informativos y la prensa impresa. Fue así como ciertas figuras públicas ocuparon los lugares de mediadores entre los acontecimientos y la ciudadanía. En el México democrático, los medios comerciales reconstruyeron la legitimación y el consenso del poder político, al procesar y definir identidades e imaginarios, así como el espacio público en el que se intenta –o no–, construir ciudadanía.

Salvador de León (2013) afirma que el ámbito de la discusión pública en México es sumamente reducido (p. 23). Esto puede explicar la participación intensa de los medios de comunicación en la vida pública, lo que los convierte en protagonistas al mismo tiempo que son instrumentos importantes para gestionar la visibilidad pública de ciertos actores y sus temas.

En cuanto al estado de Veracruz, tuvo un gobierno hegemónico que se mantuvo en el poder durante 86 años, lo que además de engendrar poderes fácticos insospechados, favoreció la reproducción de prácticas autoritarias, lo que inhibe la participación social; sólo basta recordar que durante el sexenio del gobernador Javier Duarte, fueron asesinados 19 periodistas.

En este contexto se observa cómo los medios impresos (se distribuyen poco más de 70 en el estado) y electrónicos están del lado del poder, no sólo en los contenidos informativos, sino también en la designación de los candidatos a puestos de elección popular.

Ese contexto instala nuestra base teórica cerca de la *Teoría Crítica de la Información* de Golding y Murdock (1993), quienes afirman que el espacio público de la información está condicionado por grupos hegemónicos, como los anunciantes o grupos empresariales, así como por agentes institucionales del gobierno, que los favorecen mediante regulaciones legales que les brindan espacios y/o beneficios a cambio de llevar a cabo la acción de vigilancia informativa o de control que le corresponde al Estado.

Por eso es que nuestros primeros monitoreos se construyeron para conocer el papel que ejercían los medios en la construcción de un espacio público ciudadano o, por el contrario, como soporte del poder político, siempre durante las campañas electorales<sup>2</sup>.

Los métodos que seguimos para el monitoreo de la información van desde el análisis de contenido de la agenda *setting*, hasta el estudio del discurso político mediante paquetes informáticos que examinan ciertos atributos del lenguaje, como lo es el *T-Lab*<sup>3</sup>.

---

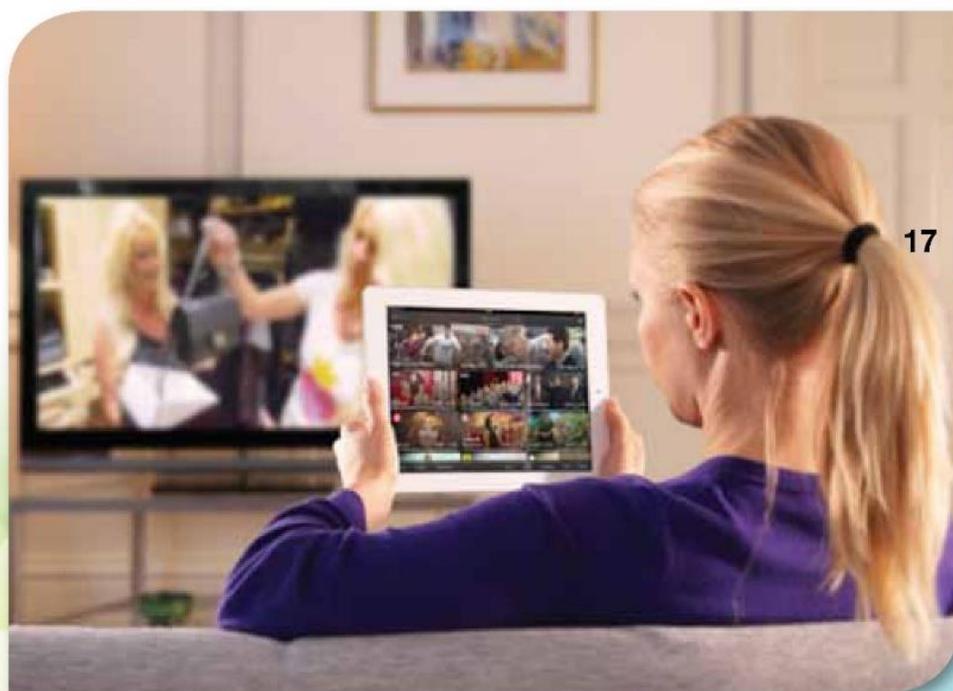
*Se sabe que sólo a través de la formación de un periodismo consciente y una ciudadanía vigilante, los objetivos de los observatorios podrán alcanzarse.*

---

## Y porqué un Observatorio

Estos trabajos empíricos estuvieron durante muchos años en las aulas, con el objetivo de enriquecer el papel del docente que decide enseñar a través de la investigación; pero se decidió hacer extensivos a la sociedad los trabajos, porque sin la participación de la ciudadanía no es posible transformar el espacio público que “observamos”.

En el *Manual para la Observación de Medios*, editado en 2014 por el ITESO, Paláu Cardona y Larrosa-Fuentes dicen que los observatorios de medios surgieron en los primeros años del siglo XXI, pero que existen “tres eslabones” para rastrear su historia: el primero es la figura del ombudsman; el segundo es la defensa de los derechos humanos -en los



que se incluye el derecho a la información y la defensa de las audiencias-; y el tercero es la investigación científica realizada en distintas universidades, en particular desde el análisis crítico de los medios que “comenzó” a desarrollarse en los años 80, ante la condición de que “el poder

de los medios no va siempre acompañado de una cuota equivalente a responsabilidad" (p.16).

Murdock y Golding (1993), a quienes nos referíamos antes, basaron sus principios en una serie de críticas a los medios, entre las que están "la manipulación, la simplificación, exageración, omisión y limitación de la información" (p. 17). Así fue como el contexto socio-histórico de México en general, y de Veracruz en particular, ubicó nuestro quehacer en ese "tercer eslabón".

Gracias a estos estudios se pudo destacar la importancia que tiene la información en la operación de resignificar la vida pública, ya que ésta no se restringe a la información política y electoral: existen también temas de interés social que deben abordarse a través de una política pública<sup>4</sup>. Para ello, la ciudadanía debe organizarse y tomar decisiones con base en información certera que le ayude a entender la problemática que presentan los distintos temas públicos como la seguridad, la violencia, la equidad de género, la economía, el medio ambiente, derechos humanos, entre otros.



Se sabe qué sólo mediante la formación de un periodismo consciente, y una ciudadanía vigilante, los objetivos de los observatorios podrán alcanzarse. La difusión en contextos autoritarios suele ser un problema. Muchos medios "alternativos" utilizan nuestra información para hacerla extensiva a la sociedad, pero eso no es suficiente; y no es exagerado afirmar que monitorear temas como la violencia o la seguridad pueden poner en riesgo tanto a los analistas como a los reporteros.

No obstante, nuestra labor encuentra eco en distintos grupos de la sociedad civil que requieren seguimientos de información para comprobar datos o intuir escenarios. En ese sentido se capacitó a distintos grupos de académicos e integrantes de la sociedad civil, para que elaboren sus pro-

prios seguimientos se información, y decidan en conjunto el soporte mediático.

Nos queda mucho por hacer, pero sabemos que vamos en el camino correcto. Observar a los medios es prestar atención al comportamiento social, la propia sociedad nos dictará cuál será nuestra siguiente labor. ✓

#### Referencias:

- Andrade, P. y Martínez A. (2013). La campaña presidencial 2012 en la prensa impresa del estado de Veracruz. *Revista Mexicana de Opinión Pública*. No. 13. 111-129.
- Andrade, P. y Trejo, A. (2011). Análisis de la prensa como referente del comportamiento electoral. *OBS Journal*. 5(1), pp. 267-284.
- Andrade, P. y Castro, C. (2014). El discurso de tres candidatos a la presidencia de México en la prensa impresa. Estrategias de la herramienta análisis estadístico de datos textuales. *Revista Legislativa de Estudios Sociales y de Opinión Pública*. Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. LVII Legislatura. Cámara de Diputados. México, 2014.
- De León, S. (2012). *Comunicación pública y transición política. Los rasgos de lo global en un estudio situado*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.

- Golding P. y Murdock (1993). *Ideología y medios masivos: la cuestión de la determinación*. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, División de Ciencias Sociales y Humanidades.
- Paláu, S., y Larrosa-Fuentes J. (2014) *Manual para la Observación de Medios*. México: ITESO.
- Pérez, S. (2006). *Análisis de políticas públicas*. España: Universidad de Granada.

\* Veracruzana, Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Académico de Tiempo Completo en la Universidad Veracruzana, Fundadora de ObVio. paandrade@uv.mx

<sup>1</sup><http://www.uv.mx/blogs/obvio/page/30/>

<sup>2</sup>Monitoreo en prensa regional de la campaña electoral para diputados federales del 2009, en Andrade y Trejo, 2011; y Monitoreo de la campaña presidencial del 2012, en Andrade y Martínez, 2012.

<sup>3</sup>Análisis del discurso de tres candidatos a la presidencia de México en la prensa impresa. Estrategias de la herramienta Análisis Estadístico de Datos Textuales, en Andrade y Castro 2014.

<sup>4</sup>Según Pérez (2006) existen condiciones para poder calificar un problema social como "problema público": una demanda que surge de grupos sociales determinados o la existencia de un conflicto entre los grupos sociales organizados y las autoridades políticas.