ZÓCALO
Comunicación, Política y Sociedad

¿Qué periodismo necesita México?



- La 4T requiere periodismo crítico, sin filias ni fobias: Ivonne Acuña
- Coberturas periodísticas de pandemia con altos riesgos: Mireya Márquez
- La caída del empleo en los medios de comunicación: Francisco Vidal
- *Metaverso*: el universo paralelo de Mark Zuckerberg: Claudia Benassini
- La erosión de la privacidad en el mundo digital: Tanius Karam
- El litio en la reforma energética: Violeta Núñez R.

Año XXI Número 262 $40.00 DICIEMBRE 2021
00262
7 52435 78264 7
www.revistazocalo.com









6 ¿Qué prensa necesitamos?

Gerardo Albarrán de Alba

Mesa de Redacción

4 **López Obrador concluye 2021 con liderazgo de estadista**

Cartón de *Chelo*

5 **Rancho Electrónico**



Periodismo

6 **¿Qué prensa necesitamos?**
Gerardo Albarrán de Alba

9 **Servir a la sociedad, prioridad del periodismo en cualquier tiempo y circunstancia**
José Reveles

11 **¿Qué periodismo necesita México?**
Álvaro Delgado / Julio Hernández López / Témoris Grecko

13 **Periodismo y comunicación con datos, necesidad urgente**
Alejandro Navarrete

16 **El periodismo militante no es útil a AMLO ni a México**
Ivonne Acuña Murillo

19 **Necesaria, reforma integral y democrática en los medios de información**
José Luis Camacho López

23 **Periodistas y pandemia en México; encuesta sobre el impacto de la contingencia sanitaria en el quehacer periodístico**
Mireya Márquez Ramírez

28 **La caída del empleo en los medios de comunicación**
Francisco Vidal Bonifaz

Publicidad Gubernamental

31 **La publicidad gubernamental y la "Ley Chayote": la 4T y el cambio comunicativo**
(Segunda de tres partes)
Javier Esteinou Madrid

Plataformas Digitales

36 ***Metaverso*: el universo paralelo de Mark Zuckerberg**
Claudia Benassini Félix

ZÓCALO
Comunicación, Política y Sociedad

#262 Diciembre 2021

www.revistazocalo.com

revistazocalo@yahoo.com.mx

Director General
Carlos Padilla Ríos

Jefe de Redacción
Pablo Arriero Ramírez
Redactores
David Ocaña Martínez
Jesús Estrada Monterrubio
Cirilo Sánchez Pérez
Michelle Flores Paulino

Diseño y Maquetación
Cristo Rey Policarpo

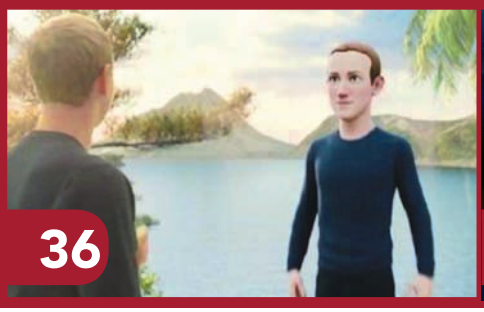
Sitio web
Karen Hernández

Caricaturista
Chelo

Colaboradores
Adriana Hernández, Agustín Pineda, Aleida Calleja, Alejandrina Ponce, Alejandro Navarrete, Alfredo Tenoch Cid Jurado, Antonio Medina, Areli Cano, Axel Velázquez, Balbina Flores, Bernardo Barranco, César Cano, Celia del Palacio Darwin Franco, Eduardo Huchim, Francisco Vidal, Frambel Lizárraga, Gerardo Albarrán, Gerardo Montes, Graciela Martínez, Guillermo Orozco, Irma Ávila, Israel Tonatiuh Lay, Ivonne Acuña, Jenaro Villamil, Jorge Pulido (†), José Reveles, Lenin Martell, Luis Ángel Hurtado, Luis Josúe Lugo, Luis Miguel Carriedo, María Elena Estavillo, Mauricio Coronel, Perla Blas, Primavera Téllez, Ramiro Tovar, Ricardo Barraza, Luis Guillermo Hernández, Tanius Karam, Alberto Pérez Schoelli, Manuel Tejeda, Rodrigo Coronel, Alberto Betancourt, Agustín Ramírez , Francisco Vidal Bonifaz, Judith del Rocío y Milton Partida.

Corresponsales
Naief Yehya, Estados Unidos. Manuel de Santiago, Europa. Francisco Godínez, Argentina.

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, Gabriel Sosa Plata y José Luis Camacho







CONTENIDO

Medios

39 ***El Universal* no sigue la pista del dinero de Ealy Ortiz**
Gerardo Israel Montes

Comunicación Política

43 **López Obrador cierra 2021 con 66% de aprobación, y con mayor imagen en el mundo**
Pablo Arriero Ramírez

Reseña

46 **¿Qué hacer ante la erosión de la privacidad en el mundo digital?**
Tanius Karam

Acceso a la Información

50 **¿Cómo estamos en la CDMX en materia de archivos?** (Primera de tres partes)
Laura Lizette Enríquez Rodríguez / Laura Ingrid Escalera

Cien años de la Radio en México

54 **La insospechada sonoridad del viento** (Cuarta parte y última)
Gilberto Vargas Arana

Discapacidad

59 **A 29 años de la declaración del Día Internacional de las Personas con Discapacidad; comentarios sobre México**
Israel Tonatiuh Lay Arellano

Reforma Energética

61 **Rumbo a la reforma energética: algunos elementos sobre el litio**
Violeta Núñez Rodríguez



Ilustración de portada, *Luy*

Publicidad
Yamileht Zempoalteca
55 33 96 72 15

Suscripciones
Marco Vinicio Salazar Morales

Distribución
Carlos Arriaga (†)

Zócalo, Comunicación, Política y Sociedad, revista mensual, diciembre de 2021. Editor Responsable: Carlos Padilla Ríos. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2017-030215503500-102. Número de Certificado de Licitud de Título y Contenido: 17336. Domicilio de la Publicación: Calzada México Tacuba No. 235, 4 Piso, Colonia Popotla, Alcaldía Miguel Hidalgo. C.P.11400, CDMX. Imprenta: Editora e Impresos LOAR. Dirección Av. División del Norte 1928 1 México, C.P. 03300. Distribuidor: Servicio Postal Mexicano. Ceylan No. 468, Col. Estación Pantaco, Alcaldía. Azcapotzalco. C.P. 02520, CDMX.

Tels. 5341-6590, Correos revistazocalo@yahoo.com.mx, alternativamedios@gmail.com. Web: www. revistazocalo.com. Suscripciones. Precio por ejemplar 40 pesos. Suscripción anual 500 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. Certificación de circulación y cobertura geográfica. 042-AACGM-521-19

SUSCRIPCIONES

5341 - 6590 y 2465 - 0598
suscripcioneszocalo@yahoo.com.mx
12 ejemplares Digital: $400 Impresa: $500

Síguenos en:
@RevistaZocalo
Revista Zócalo
Zócalo Medios

ACGM CERTIFICADO 2019 ACGM-521
Certificación de circulación y cobertura geográfica. 042-AACGM-521-19

La publicidad gubernamental y la "Ley Chayote": la 4T y el cambio comunicativo



Javier Esteinou Madrid*

(Segunda de tres partes)

I.- La publicidad oficial dentro del régimen de la Cuarta Transformación

Presionados los principios fundacionales, el frente Morena, y sus aliados, conducido por Andrés Manuel López Obrador de 2018 a 2024, quedaron obligados ética, moral, jurídica y políticamente a reconstruir el proyecto de comunicación y cultura de la sociedad mexicana para edificar otro futuro nacional. Sin embargo, pese a la necesidad imperiosa de modificar el marco jurídico heredado de los regímenes anteriores sobre el manejo de la publicidad oficial para suprimir la dañina "Ley Chayote" en México y frente a los compromisos ideológicos comprometidos por el nuevo gobierno de la Cuarta Transformación, éste no avanzó sustantivamente para resolver dicha situación.

Lo único que efectuó fue realizar las siguientes tres acciones en el terreno discursivo, regulatorio y económico que no resolvieron el problema de fondo, sino que permitieron la continuidad de relevantes irregularidades:

En el espacio discursivo

1.- En el terreno declarativo, al inicio del régimen de la "Esperanza del Cambio" el presidente de la República y los altos funcionarios aseguraron narrativamente de forma recurrente que se echaría abajo *la* "Ley Chayote" para crear una nueva "Ley de Comunicación Pública" que promovería la austeridad, combatiría el dispendio, se alejaría de la propaganda unilateral, terminaría la discrecionalidad y fomentaría la comunicación horizontal.[1]

Sin embargo, frente al compromiso inicial de las autoridades para modificar el viejo modelo de comunicación en México, el 4 de agosto de 2021, los reporteros asistentes a la Conferencia Mañanera le preguntaron al presidente Andrés Manuel López Obrador ¿por qué no promover una nueva regulación que impusiera criterios más objetivos que obligaran a los medios a garantizar la pluralidad informativa, y el derecho a la información de la sociedad, evitando que los canales mientan, sin obtener nada a cambio?

Pese a dicho compromiso oficial del gobierno de la "Renovación Nacional", especialmente del Poder Ejecutivo, el primer mandatario respondió contundentemente: "¡lo que decía el presidente Lerdo, […] la prensa se controla o se regula con la prensa, eso es lo que aplica. No debe haber una regulación, tenemos mejor que ejercer nuestra libertad, que exista debate y que le tengamos confianza a la gente, porque el pueblo no es tonto, tonto es el que piensa que el pueblo es tonto. […] No, no, no, leyes, reglamentos, nada de eso, libertad completa!".[2]

Con dicho posicionamiento, asombrosamente se canceló tajantemente



Manlio Fabio Beltrones, exdiputado (PRI) 2012-2015



César Camacho, exdiputado (PRI) 2015-2018



Ricardo Anaya, exdiputado (PAN) 2012-2015



Marko Cortés, exdiputado (PAN) 2015-2018

1 Ramírez Cuevas, Jesús, ¿Cómo será el trato del próximo gobierno con los medios de comunicación?", Coordinador de Comunicación del Presidente electo Andrés López Obrador, Comité de Transición, Partido Morena, Ciudad de México, México, 24 de septiembre de 2018,https://www.youtube.com/watch?v=41xwDmbDYX4, (Consultado el 28 de octubre de 2018).

2 López Obrador, Andrés Manuel, "Conferencia de prensa matutina", Coordinación de Comunicación Social, Palacio Nacional, Presidencia de la República, Gobierno de México, Ciudad de México, México, 4 de agosto de 2021, versión estenográfica, https://www.gob.mx/presidencia/es/articulos/version-estenografica-conferencia-de-prensa-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-del-4-de-agosto-de-2021?idiom=es, (consultado 6 de agosto de 2021).

la obligación de elaborar un nuevo marco jurídico que regulara estrictamente la operación de la publicidad gubernamental durante la gestión de la Cuarta Transformación de la historia de México y se permitió la continuidad de diversos vicios que encerraba la antigua "Ley Chayote" que mucho dañó al clima democrático del país.

En el ámbito normativo

2.- En el área jurídica para encarar tal problemática la Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia de la República creó el acuerdo por el que se estableció la "Política de Comunicación Social del Gobierno Federal", mediante la cual se tipificaron jurídicamente definiciones, criterios de operación, características de las campañas, limitaciones, planeación, evaluación y transparencia sobre el otorgamiento de la propaganda oficial:

En la esfera financiera

3.- En el terreno económico siguiendo el compromiso de Andrés Manuel López Obrador expuesto a lo largo de su campaña electoral en 2018[3] y observando el acuerdo 39 establecido en su toma de protesta como candidato virtual a la Presidencia de la República[4]; el gasto realizado en publicidad oficial por el gobierno de la izquierda morenista, se redujo en un 50 por ciento con relación a lo erogado en la administración del presidente Enrique Peña Nieto (2012-2018).

Pese a la muy importante reducción de tal inversión propagandista, lo erogado durante los primeros tres años del gobierno de la Cuarta Transformación reflejó la ausencia de criterios objetivos, claros, imparciales, transparentes, panificables y verificables para modelar virtuosamente la inversión en comunicación social, sino que se guió por las viejas normas de negociación y legitimación política

II.- Las dos caras del nuevo gobierno: del "macrochayote" al "minichayote"

Pese a la instrumentación de algunas acciones para intentar normar la situación de la publicidad gubernamental esta práctica gubernamental tóxica no quedó reglada sustantivamente, permitiendo que continuara prevaleciendo en la gestión del régimen de la Cuarta Transformación discrecionalidad, simulación, verticalidad, concentración desigualdad, opacidad de mecanismos, y la carencia de normas claras de asignación de recursos, manipulación de la propaganda oficial para premiar o castigar políticamente a los medios de comunicación, especialmente a los canales opositores. Esta política ocasionó que se pasara de la dádiva del "macrochayote" a la entrega del "minichayote", que finalmente impulsó a los medios de comunicación simpatizantes con la 4-T y la presión sobre los medios opuestos al régimen, bajo la lógica "no te pago para que me pegues".



✔ Ivonne Ortega, exdiputada (PRI) 2015-2018



✔ Emilio Gamboa Patrón, exsenador (PRI) 2012-2018



✔ Ernesto Cordero, exsenador (PAN) 2012-2018



✔ Fernando Herrera, exsenador (PAN) 2012-2018

No obstante la aplicación de esos lineamientos se acotó muy parcialmente la anarquía heredada de los regímenes anteriores, dejando muchos vacíos sustanciales que sólo podrían ser cubiertos con una nueva "Ley de Comunicación Social" que adoptando los mejores estándares internacionales y aplicando los principios constitucionales evitara que el gasto en comunicación social se manejara caprichosamente para premiar a los "medios cortesanos" y castigara a los "canales disidentes". del pasado que había criticado categóricamente. Con ello, se conservaron diversos vicios fundamentales que conllevaba el espíritu de la anterior perjudicial "Ley Chayote":

Por ejemplo, en los primeros tres años de operación del nuevo gobierno se favoreció financieramente de manera sustantiva a los periódicos *La Jornada*, *Tabasco Hoy* (Organización Editorial Acuario), la cadena de periódicos *Por Esto* (Centro de Cultura Nuestra América, AC), las empresas Edición y Publicidad de Medios de los Estados y Medios Masivos Mexicanos. Sin embargo, se castigó drásticamente a los medios disidentes al reducirles o cancelarles apoyos económicos a *El Universal*, *Reforma*, *Excélsior*, *La Razón*,

3 "AMLO: Gobierno disminuirá en 50% los gastos en publicidad oficial", Noticieros Televisa, Sección Política, Ciudad de México, México, 17 de abril de 2019, https://noticieros.televisa.com/ultimas-noticias/amlo-gobierno-disminuira-50-por-ciento-gastos-publicidad-oficial/, (Consultado el 19 de abril de 2019).

4 López Obrador, Andrés Manuel, "Discurso de Andrés Manuel López Obrador en el Zócalo", en: Animal Político, Redacción, Zócalo de la República, Ciudad de México, México, 1 de diciembre de 2018, página 4, https://www.animalpolitico.com/2018/12/discurso-amlo-zocalo/, (Consultado el 2 de diciembre de 2018).

La Crónica, la Organización Editorial Mexicana; a las cadenas de televisión *Televisa, TV Azteca, MVS, Grupo Imagen*; a los consorcios de radio *Grupo Fórmula*; al portal digital *Eje Central*; a las revistas *Nexos*, *Letras Libres, Expansión, Siempre*; y a las editoriales *Clío Libros* y *Video* y editorial *Vuelta*, entre otros.[5]

III.- La sociedad civil y los amparos ante la "Ley Chayote"

Frente a la anárquica política de comunicación social en México derivada de los abusos de las administraciones neoliberales y de las omisiones del régimen de la Cuarta Transformación, paradójicamente no fue el gobierno federal en funciones quien reaccionó enérgicamente para corregir sustantivamente la existencia de este vicio institucional, salvo las acciones anteriores; sino fue la sociedad civil quien actuó relevantemente para colaborar y enmendar tal situación.

De esta manera, en primer término, la organización Artículo 19 tramitó en 2017 ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación un amparo contra la Ley General de Comunicación Social ("Ley Chayote") basados en el ejercicio discrecional del gasto público en materia de publicidad gubernamental sin criterios verificables, pautas objetivas y claras que impidieran otorgar fuertes sumas económicas a los medios de comunicación, propiciando la concentración y la inequidad. Dicho amparo fue aceptado por la Suprema Corte de Justicia de la Nación, pero posteriormente fue impugnado por la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH) de la administración del expresidente Enrique Peña Nieto.[6]

En segundo término, el 8 de septiembre de 2021 la Suprema Corte de Justicia de la Nación aprobó un segundo amparo histórico presentado por la asociación civil "Campaña Global por la Libertad de Expresión" también conocida como Artículo 19 quien sostuvo que la "Ley de Comunicación Social" continuaba manteniendo una relación perversa entre el poder político y los medios de comunicación colectivos afectando la libertad de expresión, la transparencia y el derecho a la información. Así, la Corte declaró que "Ley General de Comunicación Social" vigente, no cumplía a cabalidad con la tarea encomendada por el artículo 134 de la Constitución Federal y el artículo 3° de la Reforma Constitucional en materia electoral de 2014, debido a que no esclarecía ni detallaba los criterios a que debía estar sujeto el gasto en comunicación social, ni tampoco disponía procedimientos concretos y reglas específicas encaminadas a garantizar que el ejercicio de dicha erogación cumplía con los criterios requeridos, disminuyendo la discrecionalidad de los agentes gubernamentales involucrados.[7]

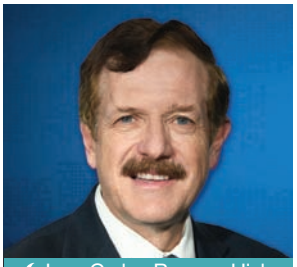
De esta forma, los ministros de la Corte determinaron que dicha ley "vulnera la libertad de expresión y el derecho a la información al no prever criterios de asignación claros y precisos para el gasto en comunicación social, ni tampoco dispone mecanismos para garantizar que dicho gasto cumpla con los criterios constitucionalmente previstos para la materia, es decir, eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez".[8] Ello debido a que "no regulaba con el grado de precisión constitucionalmente exigible, los principios que debían regir el gasto público en comunicación social, pues aun y cuando disponía diez principios rectores en la materia, no los dotaba del sentido y alcance que debían atribuirle las autoridades ejecutoras y las personas sujetas a su marco de


Alberto Anaya, diputado (PT) 2021-2024


Carlos Alberto Salas, diputado (PVEM) 2021-2024



Mario Delgado, exdiputado (Morena) 2018-2021


Juan Carlos Romero Hicks, diputado (PAN) 2021-2024

5 Tourliere, Mathieu, "La 4T cerró a medias la llave de la publicidad oficial", Revista *Proceso*, Ciudad de México, México, 13 de abril de 2020, https://www.proceso.com.mx/625664/la-4t-cerro-a-medias-la-llave-de-la-publicidad-oficial, (consultado el 20 de mayo de 2020).

6 "Persiste gasto discrecional en publicidad oficial: Maldonado", Aristegui Noticias, Redacción, Ciudad de México, México, 18 agosto 2021, video, https://aristeguinoticias.com/1808/mexico/persiste-gasto-discrecional-en-publicidad-oficial-maldonado-enterate/ , (consultado el 19 de agosto de 2021).

7 "La primera sala concede amparo en contra de la ley general de comunicación social por actualizar una omisión legislativa de carácter relativo, al no regular en forma precisa las reglas y mecanismos para ejercer el gasto en publicidad oficial, lo cual incide negativamente en la libertad de expresión", Comunicados de Prensa, No 272/2021, Primera Sala, Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), Poder Judicial de la Federación (PJF), gobierno de México, Ciudad de México, 8 de septiembre de 2021, https://www.internet2.scjn.gob.mx/red2/comunicados/noticia.asp?id=6580, (consultado el 14 de septiembre de 2021).

8 "La Suprema Corte de Justicia de la Nación ampara a ARTICLE 19 y declara inconstitucional la Ley General de Comunicación Social", Article-19, Ciudad de México, México, 8 de septiembre de 2021, https://articulo19.org/la-suprema-corte-de-justicia-de-la-nacion-ampara-a-article-19-y-declara-inconstitucional-la-ley-general-de-comunicacion-social/, (consultado el 19 de septiembre de 2021).

aplicación, propiciando una enorme discrecionalidad al momento de ejercer el gasto respectivo".[9]

Por ende la ausencia de una legislación que regule adecuadamente el funcionamiento de la publicidad gubernamental toleró la conservación de "un estado de cosas inconstitucional que permitió la actuación de la censura sutil a través de la asignación discrecional, la concentración del gasto, el vacío de topes presupuestales, y la falta de criterios claros en la distribución de este recurso comunicativo".[10]

En consecuencia, era "evidente que el órgano legislativo estaba consciente de la existencia de tal problema sistemático en la asignación de contratos de publicidad oficial a particulares, que hasta en las exposiciones de motivos de las distintas iniciativas que dieron origen a la ley reclamada se apuntaron casos en los cuales supuestamente se ejerció una presión sutil de autocensura por parte de la autoridad".[11] Por lo tanto, "cuando el legislador federal tiene ese conocimiento del campo regulatorio y decide no ejercer sus facultades constitucionales para repararlo vía la emisión de un marco normativo adecuado, preciso y eficaz, resulta partícipe de quién lleva a cabo sus atribuciones en forma omnímoda o arbitraria".[12]

IV.- El nuevo mandato

Debido a que el Congreso de la Unión permitió durante varios años una grave omisión en sus obligaciones legislativas afectando el párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución Política Mexicana, la Primera Sala de la Corte le exigió al Poder Legislativo que antes de concluir el periodo ordinario de la LXV Legislatura el 15 de diciembre de 2021 tendría que elaborar una nueva "Ley de Comunicación Social" que subsanara suficientemente las obligaciones relativas a la distribución de la publicidad gubernamental establecidas en el artículo 3° transitorio del decreto de la reforma constitucional del 10 de febrero de 2014 que afectaban el ejercicio pleno de la libertad de expresión y del derecho a la información.[13] Todo esto con objeto de regular la protección del gobernado, de manera tal que, cuando las autoridades ejecutoras del gasto de comunicación social quisieran servirse de los medios de los particulares para contratar la publicidad oficial, ésta no viniera acompañada con una sutil censura en su línea editorial.[14]

V.- La complicidad de la 4T con la "Ley Chayote"

De esta forma, durante los primeros tres años del gobierno morenista se evadió el primer mandato de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, que exigía la creación de una amplia ley para reglamentar rigurosamente el uso de la publicidad oficial en México y el régimen morenista siguió manejando de manera más austera, pero finalmente con alta discrecionalidad el otorgamiento del presupuesto de publicidad gubernamental para fortalecer sus intereses de legitimación ante la opinión pública.

Fue enormemente sorprendente que existiendo más de 20 iniciativas normativas dentro del Poder Legislativo para regular con todo el rigor constitucional el ejercicio de la publicidad gubernamental en México, y siendo que el Movimiento de Regeneración Nacional (Morena) se desempeñaba como la principal fuerza política protagonista en el Congreso de la Unión, durante los primeros tres años del gobierno de la "Esperanza del Cambio" sí se modificaron dentro de la Constitución Política Mexicana muchos aspectos legales heredados de los gobiernos anteriores para que el régimen de la Cuarta Transformación alcanzara adecuadamente sus objetivos. Sin embargo, se evitó avanzar medularmente ante esta obligación constitucional que le corres-


Geovanna Buñuelos senadora (PT) 2018-2024


Raúl Bolaños Cacho, senador (PVEM) 2018-2024


Ignacio Mier, diputado (Morena) 2021-2024


Ricardo Monreal, senador (Morena) 2018-2024

9 González Alcántara Carrancá, Juan Luis, "Amparo en revisión 308/2020: Quejosa: Campaña global por la libertad de expresión: Asociación civil", Primera Sala, Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), Poder Judicial de la Federación (PJF), Gobierno de México, Ciudad de México, México, 8 de septiembre de 2021, página 41, https://www.scjn.gob.mx/sites/default/files/listas/documento_dos/2021-08/AR-308-2020-27082021.pdf, (consultado el 10 de septiembre de 2021).

10 "La Suprema Corte de Justicia de la Nación ampara a ARTICLE 19 y declara inconstitucional la Ley General de Comunicación Social", Article-19, Ciudad de México, México, 8 de septiembre de 2021, https://articulo19.org/la-suprema-corte-de-justicia-de-la-nacion-ampara-a-article-19-y-declara-inconstitucional-la-ley-general-de-comunicacion-social/, (consultado el 19 de septiembre de 2021).

11 González Alcántara Carrancá, Juan Luis, "Amparo en revisión 308/2020: Quejosa: Campaña global por la libertad de expresión: Asociación civil", Op. cit., páginas 44 y 45.

12 Ibíd, página 45.

13 Ibíd, página 48.

14 "Echan para atrás la 'Ley Chayote': Corte ordena al Congreso corregir deficiencias", Aristegui Noticias, Redacción, 8 de septiembre de 2021, https://aristeguinoticias.com/0809/mexico/echan-para-atras-la-ley-chayote-corte-ordena-al-congreso-corregir-deficiencias/, (consultado el 10 de septiembre de 2021).

pondía encarar para democratizar y sanear el *espacio público mediático*.

El régimen de la "Cuarta Transformación" que anunció espectacularmente que crearía un nuevo prototipo de comunicación distinto al modelo mercantilista heredado del orden neoliberal precedente, no demostró voluntad contundente para transformar por sí mismo esta realidad, sino optó por manejar oportunista y circunstancialmente el viejo sistema de comunicación nacional para fortalecer su sistema de poder. Sólo introdujo algunos lineamientos para establecer la política de comunicación social del gobierno federal, redujo la inversión propagandista del Estado en aproximadamente 50 por ciento, y prohibió que durante una campaña un medio de comunicación concentrara más del 25 por ciento de la pauta publicitaria. Empero, tales acciones no fueron medidas suficientes para evitar las malas prácticas de opacidad, discrecionalidad, arbitrariedad, concentración, manipulación, capricho, falta de planeación, ausencia de medidas claras para la asignación y distribución de la pauta de comunicación, derivadas del pasado.

Todo ello transparentó la falta de voluntad política categórica del nuevo gobierno de la izquierda nacionalista para modificar a fondo por sí mismo el antiguo modelo de comunicación social heredado en México y su opción por continuar usufructuando los mismos vicios del antiguo régimen para aprovechar discrecionalmente el aparato de comunicación social con objeto de legitimarse unilateralmente en la nueva estructura de poder, evitando utilizarlo para construir más democracia y pluralidad comunicativa.

VI.- La presión de la sociedad civil

Fue hasta la muy responsable y ejemplar actuación de la sociedad civil a través de las organizaciones Artículo 19, Fundar y el fulminante mandato de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, que convirtiéndose en sujetos de transformación en esta materia, obligaron jurídicamente a que el gobierno de la "Renovación Nacional" respondiera a dicho compromiso crucial para crear una nueva "Ley de Comunicación Social" cumpliendo con los principios básicos plasmados en la Carta Magna, sin favorecer a los intereses del poder en turno. La acción comprometida de sociedad civil y la división de poderes republicanos a través de la Suprema Corte fueron los motores que colocaron contra la pared al Movimiento de Regeneración Nacional y al resto de la partidocracia para que éstos forzadamente encararan su imperiosa obligación de elaborar un nuevo marco jurídico virtuoso para la comunicación nacional.

** "Profesor Distinguido", Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, Ciudad de México, jesteinou@gmail.com*



¡Suscríbete!

Precio por un año $500
Incluye 12 revistas + Documental
+ 2 boletos para el Museo Memoria y Tolerancia

Precio por dos años $950
Incluye 24 revistas + Documental
+ 4 boletos para el Museo Memoria y Tolerancia

Digital por año $450

Depósito o transferencia bancaria:
INBURSA Cuenta: 16002790011
Clave interbancaria: 036118016002790011

Pago en línea:
PayPal

suscripcioneszocalo@yahoo.com.mx

Le agradeceremos una vez realizado su depósito nos envíe el comprobante de pago, dirección a donde se mandará la revista, nombre completo, teléfono a quien enviará el ejemplar y sus datos fiscales expedidos por el SAT en caso de requerir factura.

552465-0598
555342-6430

www.revistazocalo.com.mx Revista Zócalo @RevistaZocalo RevistaZocalo