



# Panorama de la comunicación en México 2011

*Desafíos para la calidad y la diversidad*



LXI LEGISLATURA  
CÁMARA DE DIPUTADOS

**AMEBI**

Asociación Nacional de Derecho a la Información

ASOCIACIÓN MEXICANA DE DERECHO A LA INFORMACIÓN  
Insurgentes Sur núm. 222, Desp. 205, Col. Roma  
Delegación Cuauhtémoc, México, D.F.  
Tel: (52 55) 5207 8050  
amedi.nacional@gmail.com  
http://www.amedi.org.mx

Portada: Germán Montalvo

Primera edición, marzo de 2011  
Segunda edición, noviembre de 2011

ISBN: 978-607-7892-02-1

Impreso en México • *Printed in Mexico*

La Asociación Mexicana de Derecho a la Información agradece el apoyo de la LXI Legislatura de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión para la publicación de esta obra.

Los textos que integran este libro son de la exclusiva responsabilidad de sus autores y no expresan necesariamente el pensamiento de los editores. Se autoriza la reproducción total o parcial del contenido con inclusión de la fuente.

# Panorama de la comunicación en México 2011

*Desafíos para la calidad  
y la diversidad*

JORGE BRAVO  
AIMÉE VEGA MONTIEL  
RAÚL TREJO DELARBRE  
COORDINADORES





**Consejo Directivo**  
2009-2011

Presidente: Dr. Raúl Trejo Delarbre

Presidente del  
Consejo Consultivo: Dr. Néstor García Canclini

Directora: Dra. Aimée Vega Montiel

**Coordinadores**

Comité Académico: Mtra. Beatriz Solís Leree

Comité Jurídico: Lic. José Agustín Pineda Ventura

Comité de Investigación: Mtro. Gabriel Sosa Plata

Comité de  
Relaciones Internacionales: Lic. Aleida Calleja Gutiérrez

Comité de Vinculación Social: Mtra. Maricarmen de Lara Rangel

Comité de Enlace Institucional: Lic. Daniel Contreras Henry

Comité Editorial: Mtro. Jorge Enrique Bravo Torres Coto

Comité de Finanzas: Dr. Jerónimo Repoll

## Índice

Presentación .....	7
<b>La legislación que tenemos y la que hace falta</b>	
Estado actual de la legislación de los medios de comunicación y su necesaria vinculación con el derecho a la información .....	13
Agustín Pineda	
<b>El escenario electoral y los medios de comunicación mexicanos</b> .....	33
Julio Juárez Gámiz	
<b>Transparencia: el acceso a la información y el derecho a la privacidad</b> .....	47
Daniel Contreras Henry	
<b>Gasto en comunicación social: una década de dispendio sin regulación</b> .....	53
Jorge Bravo	
<b>México ante la Sociedad de la Información y el Conocimiento</b> .....	69
Alma Rosa Alva de la Selva	
<b>Mercados concentrados, escasa diversidad</b>	
<b>Televisión: de mala calidad y en muy pocas manos</b> .....	85
Raúl Trejo Delarbre	
<b>Grupos radiofónicos y concentración</b> .....	97
Gabriel Sosa Plata	
<b>Telecomunicaciones: insuficientes cobertura, convergencia y competencia</b> .....	115
Jorge Bravo	
<b>Políticas e industrias culturales</b> .....	139
Rodrigo Gómez García	

## **Audiencias críticas, medios responsables**

**Las audiencias mediáticas en México,  
¿en estado de indefensión?** ..... 153

André Dorcé

**Medios de comunicación y  
desarrollo humano en México**..... 165

Aimée Vega Montiel

## **Libertad de expresión y derecho a comunicar**

**Periodismo: desafíos para su libre ejercicio** ..... 195

María Elena Meneses Rocha

**Agresiones a la libertad de expresión  
en México: una constante** ..... 209

Brisa Solís

## **Opciones comunicativas para fomentar la participación**

**Panorama de los medios públicos**..... 229

Patricia Ortega Ramírez

**Medios comunitarios: incertidumbre  
jurídica y criminalización** ..... 241

Aleida Calleja

## **Presentación**

**R**eglas insuficientes y atrasadas, excesiva concentración de los medios más relevantes y arrogancia creciente de los consorcios que los manejan, autoridades atónitas ante esa influencia política que no se deciden a regular, periodistas crecientemente vulnerables a ominosos riesgos, forman parte del escarpado panorama que enfrenta hoy el derecho a la información y la comunicación en México.

Ante esas circunstancias, se diversifican búsquedas y experiencias de comunicación distinta de la que hasta ahora ha sido predominante: medios comunitarios que se abren paso a pesar de intolerancias en el poder político, radiodifusoras y televisoras financiadas con recursos fiscales y cuyos trabajadores se empeñan en ir más allá de la difusión oficial y cumplir con tareas de servicio público, utilización de los nuevos espacios que ofrecen las redes digitales para desarrollar novedosas formas de comunicación. Los ciudadanos, cada vez más, se consideran interlocutores y ya no simplemente receptores de los medios de comunicación.

La sociedad se aparta del letargo que había mantenido respecto de los medios de comunicación y persevera en exigir y proponer. Lectores, radioescuchas y televidentes ejercen derechos delante de los medios. Las empresas de comunicación, a su vez, reconocen, aunque con reparos, que para mantener sus audiencias tienen que tomar en cuenta los requerimientos de sus públicos. La diversidad en los medios y en la información es necesaria para una sociedad reacia a las unanimidades en casi cualquier asunto.

La comunicación está en el centro del debate público. Los medios son, al mismo tiempo, escenarios, protagonistas y asigna-

tura irresuelta en ese intercambio público. El examen y la discusión sobre estos temas ya no pueden cimentarse únicamente en apreciaciones ideológicas, por muy correctas que parezcan sus motivaciones políticas. Para discutir a la comunicación es preciso apoyarnos en diagnósticos enterados y puntuales.

Esa es la pretensión de este libro. *Panorama de la comunicación en México 2011* ofrece radiografías en 15 temas esenciales para entender a los medios, la información y su circunstancia. Los principales rezagos en un entramado legal cuya actualización ha sido costosamente postergada; la influencia ineludible –pero nunca omnipotente– que alcanzan los medios en la propagación de la política; los obstáculos que enfrenta el acceso a la información pública; las paradojas y dimensiones del gasto estatal en comunicación y la tortuosa construcción de una Sociedad de la Información que para ser tal necesitaría llegar a todos los mexicanos, conforman el primer apartado de este libro.

Una segunda sección describe a grandes trazos la situación de los medios de masas: la inusitada concentración de la televisión mexicana, la pervivencia de viejos acaparamientos pero, además, la aparición de nuevas opciones en la radio, las dificultades para que haya competencia en las telecomunicaciones –cuyo entrelazamiento con los medios convencionales hace de ellas un actor cardinal en cualquier examen de la comunicación–; el desarrollo también industrial del cine, la música y las tareas editoriales.

Los derechos de las audiencias y, al mismo tiempo, temas insoslayables como la relación de los medios con los derechos de las mujeres, la salud, la seguridad y el medio ambiente, implican el reconocimiento de realidades que ganan espacio en la vida pública contemporánea. Sobre ellos se reflexiona en el tercer apartado de este libro.

Con tal entorno contrastan las variadas restricciones que encuentran los informadores para el ejercicio profesional de su actividad, así como las flagrantes amenazas y agresiones que coartan

la libertad de expresión, preocupaciones que dan lugar a los textos que conforman otro bloque de esta obra.

El desarrollo de experiencias de comunicación no mercantil por parte de los medios de vocación pública así como de los medios comunitarios –mismas que se abordan en la última parte de este *Panorama*–, reafirma el esfuerzo por multiplicar la diversidad en los mensajes que recibe, pero que además produce, la sociedad mexicana.

Los textos que integran este volumen ofrecen un diagnóstico preciso y una colección de propuestas básicas en las 15 áreas mencionadas. Sus autores son especialistas en cada uno de esos temas y accedieron con generosidad y presteza a elaborar estos breves informes que se nutren, a su vez, en el trabajo profesional y de investigación de cada uno de ellos.

Con este *Panorama de la comunicación en México*, la Asociación Mexicana de Derecho a la Información contribuye a documentar la deliberación acerca de los medios y la información. Este diagnóstico corrobora la urgencia para que tengamos reformas capaces de propiciar la diversidad, pero además la calidad en los medios de comunicación.

México D.F., abril de 2011

Jorge Bravo

Aimée Vega Montiel

Raúl Trejo Delarbe