

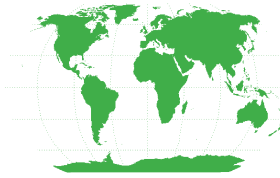
# LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU RELACIÓN CON LOS MOVIMIENTOS SOCIALES POR LA PAZ EN MÉXICO (2011-2013)

THE MEDIA AND THEIR RELATIONSHIP WITH THE SOCIAL MOVEMENTS FOR PEACE IN MEXICO (2011-2013)

---

Lidia Á. García | lidiagarcia@uaq.mx | Universidad Autónoma de Querétaro, México

---



**Resumen:** El presente artículo analiza cómo la guerra contra las drogas fue difundida por el gobierno mexicano a través de los medios de comunicación, buscando legitimar la estrategia utilizada para combatir el crimen organizado, así como el tema fue colocado de manera monolítica y sesgada por la agenda de los medios mexicanos en la relación entre los movimientos sociales. El estudio está conformado de un corpus, resultado de una metodología de tipo cualitativo, donde se realizaron veintiséis entrevistas con expertos sobre la temática de la violencia en México, activistas y periodistas. El control que los medios ejercen sobre la producción simbólica es una constante ante las dificultades de proveer mediante ellos una cobertura amplia e imparcial, sugiriendo que las plataformas digitales se han convertido en esos espacios públicos alternativos para generar una cobertura donde queden expresadas las complejidades, ya que están en disputa de los movimientos sociales por la paz en México. Además, los principales medios de comunicación han encontrado fuentes y/o la información necesaria en Internet. Por ejemplo, las redes sociodigitales se han convertido en espacios públicos de contención, proporcionando una oportunidad para contrarrestar a los medios de comunicación con sus propias narrativas, así como expresar la realidad de la violencia donde los principales medios de comunicación presentan silencio y/o vacíos en la información. **Palabras clave:** medios de comunicación; guerra contra las drogas; México; movimientos sociales por la paz.

**Abstract:** This paper analyses how the Mexican government utilised the media to publicise the war, in order to legitimise the strategies that were used to fight organised crime and how the Mexican media approached the issue in a monolithic and biased fashion, agenda-setting the relationship between the social movements and the media. This paper analyses how this relationship is constructed, how activists and journalists feel about its relative advantages and disadvantages, and how the mainstream media relate to social media. The study is composed of a corpus resulting from a qualitative type of methodology, in which twenty-six interviews with experts, both activists and journalists, were conducted in depth on the issue of violence in Mexico. The control that the media exercise over symbolic production is recognised and responded to by the activists and journalists with different approaches to this phenomenon. In the face of the difficulties of receiving broad and unbiased coverage, it is suggested that digital journalism may be an alternative public space where the public can be informed about the social movement. The mainstream media have, for example, found sources and information needed for their publications on the internet and the social media, such as Facebook, have become public spaces for contention, providing an opportunity to counteract the mainstream media with their own narratives, expressing the reality of the violence where the mainstream media present silence and gaps in information. **Keywords:** Mainstream Media; War on Drugs; Mexico; Social Movements for Peace.

## 1. Introducción

Después de las elecciones presidenciales de 2006, cuando Felipe Calderón tomó la presidencia mexicana, el ambiente social se caracterizó por una crisis, con una situación de intensa polarización social y numerosos conflictos resultantes de las incertidumbres surgidas de una elección que muchos consideraron fraudulenta. Posteriormente, Solís (2013) señala que a fines de diciembre de 2006, el entonces presidente Felipe Calderón decidió lanzar una guerra que generó temor en la sociedad civil mexicana y dirigió una saturada campaña mediática con discursos políticos que apelaban al nacionalismo y contenían consignas excesivas, con el fin de obtener apoyo popular entre los ciudadanos mexicanos.

A principios de enero de 2007, a un mes de tomar la presidencia Felipe Calderón, causó una polémica apareciendo con un traje militar, rindiendo homenaje a soldados, marineros y policías, que en sus palabras paralizarían el aumento de delitos en la primera fase de su operación lanzada al combate del crimen organizado<sup>1</sup>.

[01] HERRERA, C. y MARTÍNEZ, E. (4 de enero de 2007): Vestido de militar, Calderón rinde "tributo" a las fuerzas armadas, en *La Jornada*. Recuperado el 28 de octubre de 2015 desde: <http://www.jornada.unam.mx/2007/01/04/index.php?section=politica&article=003n1pol>

El aumento de violencia en México se debe a la combinación de dos factores: en primer lugar, la necesidad urgente de que Felipe Calderón construyera una imagen artificial para obtener a través de la violencia institucional una legitimidad no obtenida en las urnas (Watt y Zepeda, 2012; Alonso, 2012), debido a la percepción entre la población y al carácter fraudulento de la elección presidencial de julio de 2006. En segundo lugar, la presión del gobierno estadounidense para intensificar sus actividades antidrogas por medio de la iniciativa Mérida, otorgando nuevos fondos federales para combatir a los cárteles de la droga fuera de sus fronteras, en el propio territorio mexicano, y “proteger” contra el llamado “narcoterrorismo”.

Para Solís (2013) y Esquivel (2012), las consecuencias de la guerra de Calderón contra las drogas de 2006 a 2012 fueron 70.000 muertos en noviembre de 2012, más de 25.000 desaparecidos y 250.000 desplazados, así como el debilitamiento del tejido institucional y la erosión del prestigio de las fuerzas armadas. Además, numerosas denuncias de violaciones de los derechos humanos e implicación en el tráfico de drogas, sin la menor posibilidad de éxito a medio o largo plazo.

En este contexto, nace en el año 2011 una movilización general de amplios sectores de la ciudadanía con el movimiento ‘No más sangre’, dirigido por el caricaturista Eduardo del Río (generalmente conocido con su seudónimo ‘Rius’). Como resultado, la ciudadanía manifestó públicamente su voluntad de organizarse dentro de la narrativa de los hechos, dejar de ser una víctima y participar en las decisiones (Cervantes, 2012: 101).

El Movimiento por la Paz con Justicia y Dignidad (MPJD) comenzó a tomar forma a partir del 26 de marzo de 2011, cuando el poeta Javier Sicilia, cuyo hijo Juan Francisco Sicilia Ortega fue asesinado por personas vinculadas al crimen organizado, instó a los mexicanos a denunciar la violencia producida por grupos criminales, en oposición a la violencia creada por las políticas de seguridad del gobierno mexicano.

El MPJD lanzó una campaña nacional contra la violencia y la impunidad. Muchas familias de desaparecidos participaron en la campaña y apoyaron al movimiento, cuyos líderes desempeñaron un papel importante en las familias de las víctimas y sus demandas para que el gobierno reabriera los casos de desaparición (Amnistía Internacional, 2013). Este momento, fue visto por primera vez como un cenit de unidad en un espacio público, así como un grito masivo de quejas de los ciudadanos mexicanos contra la estrategia seguida por el gobierno de Calderón.

La primera característica importante a destacar en cuanto a la repercusión de la marcha inicial es la presencia de los amigos del círculo de Javier Sicilia:

intelectuales, personas que por su profesión tienen acceso a los medios de comunicación y gozan de credibilidad en el espacio público. Además, Sicilia ha sido colaborador para el periódico *La Jornada* y la revista *Proceso*, y es así como tiene acceso a estos medios nacionales influyentes, llegando a un mayor público (Cervantes, 2012).

A través de la Red Global por la Paz, el movimiento se convierte en internacional<sup>2</sup>. Más de 20 ciudades de todo el mundo se unieron a las protestas por la paz en México, apoyando la caravana de Sicilia a Ciudad Juárez. Por medio de redes sociales, representantes de grupos y simpatizantes de mexicanos en Asia, Europa y América Latina se comunicaron y crearon la Red Global por la Paz en México.

Mexicanos que en ese momento se encontraban fuera de México, así como simpatizantes de diversas nacionalidades se unieron a las protestas por la paz y al movimiento que se estaba gestando en México desde abril de 2011. Algunas de las acciones más reconocidas tuvieron lugar en Japón, París, España, Alemania y Brasil, mientras que las actividades públicas en los Estados Unidos se llevaron a cabo en El Paso, Texas; Los Ángeles, California; Washington DC y Carolina del Norte<sup>3</sup>.

## **2. El papel de la cobertura mediática en la guerra contra las drogas y los movimientos sociales por la paz en México**

Este artículo tiene como objetivo analizar el contexto de la guerra contra las drogas y cómo los principales medios de comunicación figuraron en el conflicto armado. Asimismo, comprender cómo el gobierno mexicano construyó y retrató los elementos necesarios para justificar su ofensiva contra el crimen organizado en el período del 2006-2012. Aguilar (2012) indica que desde los comienzos del gobierno de Calderón, los medios de comunicación fueron persuadidos a anunciar un sólo tema: “La guerra contra los cárteles de la droga”.

Por otro lado, el autor destaca que los medios de comunicación, a través de los anuncios de radio y televisión, serían los principales medios por los cuales el presidente anunciaría las acciones que marcarían su victoria en esa lucha. Uno de los lemas más conocidos del gobierno de Calderón fue “Vivir mejor”. El caricaturista José Hernández utilizó este lema gubernamental para crear una caricatura que cuestionaría irónicamente la estrategia empleada en

[02] ‘Apoyo internacional al movimiento ciudadano por un México en Paz con Justicia y Dignidad’ (10 de junio de 2011), en *Cencos*. Recuperado el 16 de marzo de 2015 desde: <http://cencos.wordpress.com/2011/06/10/apoyo-internacional-al-movimiento-ciudadano-por-un-mexico-en-paz-con-justicia-y-dignidad/>

[03] *Cencos*, Los temas de derechos humanos 2011: Rostros de la emergencia nacional: MPJD, *Sin embargo.mx*. Recuperado el 18 de marzo de 2015 desde: <http://www.sinembargo.mx/21-12-2011/101489>

la guerra contra las drogas, diciendo: “Para evitar que las drogas lleguen a sus hijos, los estamos matando”. El autor de la caricatura quiso denunciar con esa frase la realidad de todos los jóvenes e inocentes estudiantes de Ciudad Juárez y Monterrey que habían sido asesinados. La caricatura no fue publicada en el periódico, pero fue difundida mediante Internet<sup>4</sup>.

Figura 1. Mural realizado para la marcha por la paz del 8 de mayo de 2011 en la Ciudad de México<sup>5</sup>.



‘La guerra contra las drogas’ se colocó en la agenda de los medios de comunicación como un imperativo, buscando retratar a un gobierno preocupado y comprometido con el tema. En esos seis años, la guerra contra las drogas ocupó la agenda de los medios de comunicación gubernamentales, los principales medios de comunicación y las agencias de noticias internacionales. El presidente Calderón, y los que lo acompañaron en esta misiva, no comprendieron en su complejidad las implicaciones y consecuencias de su estrategia mediática; tampoco contemplaron la erosión del tejido social que conllevaría,

[04] ‘El cartón que *La Jornada* no quiso publicar’ (23 de marzo de 2010), en *Publimetro*. Recuperado el 23 de julio de 2015 desde: <http://www.publimetro.com.mx/noticias/el-carton-que-la-jornada-no-quiso-publicar/mjcw!z2jJOWSQnO0Q/>

[05] Algunos sectores de la sociedad mexicana han mostrado desacuerdo con la estrategia anti narco del gobierno mexicano iniciada en 2006. La imagen era una sátira del lema gubernamental de Felipe Calderón. Consultado el 24 de julio de 2015 desde: [https://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento\\_por\\_la\\_Paz\\_con\\_Justicia\\_y\\_Dignidad#/media/File:No\\_mas\\_sangre\\_06.jpg](https://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_por_la_Paz_con_Justicia_y_Dignidad#/media/File:No_mas_sangre_06.jpg)

ni las catastróficas consecuencias para la sociedad mexicana (Aguilar, 2012). Reguillo (2013) sostiene que las historias de violencia en México no fueron reconocidas por el gobierno y no fueron problematizadas en profundidad o retratadas apropiadamente por los principales medios de comunicación. Los comentaristas de los medios de comunicación favorecían la visión del presidente Calderón y, como tal, se dieron ciertas acciones mediáticas con el fin de criminalizar a las víctimas, negar su existencia o minimizar las estadísticas y esconder las muertes y desapariciones violentas (Ovalle *et al.*, 2014).

Otra medida que tomó el gobierno Calderonista —en este contexto— fue anunciar una reducción en el gasto federal en educación, ciencia y cultura. En cambio, aumentó el presupuesto para la expansión de las fuerzas de seguridad y la creación de una nueva agencia de seguridad nacional. Además, el gobierno mexicano creó un sistema de propaganda y publicidad de “símbolos políticos y modos de reconocimiento”. Reguillo (2013) explica este contexto como una creciente degradación de la política, la crisis de la representación y una legitimidad cuestionada, el remedio de la retórica de la seguridad ha encontrado una forma que da la impresión de una estrategia incuestionable.

Desde otra perspectiva, Watt y Zepeda (2012) afirman que las noticias de los medios de comunicación como Televisa en México, CNN en los Estados Unidos y la BBC en el Reino Unido tuvieron una tendencia a retratar la “guerra contra las drogas” en México como una enigmática e incomprensible lucha en la que el gobierno no tiene otra opción que combatir. Como tal, no describen las complejidades de la situación, y no toman en cuenta las causas que generaron las altas tasas de violencia en el país.

Esta representación distorsionada de la guerra contra las drogas representa a los agentes del estado como los cuerpos militares y policiacos, que perpetran la violencia y abusan de los derechos humanos como si estuvieran salvando a los ciudadanos de su maldad. En consecuencia, se les otorga total inmunidad de las influyentes organizaciones de medios de comunicación. El presidente Calderón se refirió a los delincuentes en una ocasión como “cucarachas” y “animales” que estaban infectando el país, a quienes se les puede combatir a través de una limpieza social<sup>6</sup>; de hecho, su programa nacional de lucha contra el crimen organizado se llamó “Limpiando a México”<sup>7</sup>.

Villanueva *et al.* (2013) afirman que en el proceso de presentación de informes de los medios de comunicación, se utilizaron imágenes como forma

[06] RODRIGUEZ, A. (14 de diciembre de 2011): ‘Compara Calderón a criminales con ‘cucarachas’, en *Revista Proceso*. Recuperado el 30 de marzo de 2015 desde: <http://www.proceso.com.mx/?p=291301>

[07] ‘Presenta Calderón programa de seguridad Limpiemos México’ (2 de julio de 2010), en *Revista Proceso*. Recuperado el 1 de abril de 2015 desde: <http://www.proceso.com.mx/?p=209383>



de exponer la violencia, destacando la exposición de los cuerpos en los asesinatos sin un tratamiento adecuado para miles de víctimas. Los mensajes de los medios de prensa formaban parte de las conversaciones diarias de la gente común. El miedo se extendía por todo el país.

Además, estos mensajes de los medios de comunicación llegaron a ser utilizados por la propia delincuencia organizada como una forma de enviar mensajes públicos entre los cárteles en los cuerpos de los asesinados, o en las áreas donde ocurrió la violencia. Los medios de comunicación también se referían a “ejecuciones”, “secuestros” y/o “sicarios” para explicar la violencia, utilizando así el vocabulario del crimen organizado en el espacio público. El manejo de las imágenes, el lenguaje y la cobertura de la violencia en México es, sin duda, un desafío en el sentido de que el crimen organizado puede usar la información para difundir ampliamente su contenido para sus propios fines e intereses.

Otra dimensión del papel de los medios de comunicación en la guerra contra las drogas es planteada por el estudioso Günther Maihold<sup>8</sup>, quien en su libro *Atlas de la Seguridad y la Defensa de México* (2012) señala que los medios de comunicación son vulnerables al desplazamiento de su papel en la sociedad, no sólo por el temor de que sus empresas y los periodistas que las integran puedan sufrir las consecuencias, sino también porque la censura y la autocensura se imponen a los demás o a ellos mismos.

El 24 de marzo de 2011, un grupo de cincuenta ejecutivos de medios mexicanos, empresarios y académicos, encabezados por las compañías Televisa y TV Azteca, firmaron el *Acuerdo para la cobertura de la violencia*<sup>9</sup>, con un total de 715 empresas de medios de comunicación que se sumaron al marco del acuerdo<sup>10</sup>.

Este acuerdo proponía no proveer publicidad o sobreestimación de la guerra contra el crimen organizado por parte del gobierno federal. Esta iniciativa se llamó *Iniciativa México*<sup>11</sup> y generó polémica porque fue retratada como una forma de censura de la realidad de México. Los criterios implicaban que ciertas acciones deberían ser seguidas en la cobertura mediática, como no ser

[08] MARÍN, N. (20 de mayo de 2013): ‘Narcocomantas, instrumentos de comunicación masiva de los cárteles’, en *El Mexicano*. Recuperado el 5 de abril de 2015 desde: <http://www.oem.com.mx/elmexicano/notas/n2989293.htm>

[09] MARTÍNEZ, F. (25 de marzo de 2011): ‘Pacto de medios para limitar información sobre violencia’, en *La Jornada*. Recuperado el 1 de mayo de 2015 desde: <http://www.jornada.unam.mx/2011/03/25/politica/005n1pol>

[10] ‘Medios mexicanos firman un acuerdo para informar sobre violencia’ (24 de marzo de 2011), en *CNN México*. Recuperado el 10 de mayo de 2015 desde: <http://mexico.cnn.com/nacional/2011/03/24/medios-mexicanos-firman-un-acuerdo-para-informar-sobre-violencia>

[11] Iniciativa México, <http://www.iniciativamexico.org/>

portavoces de la delincuencia organizada, evitando el uso de un lenguaje particular para referirse a sus crímenes, retratando la verdadera dimensión de la violencia sin exagerar, proporcionando un contexto de la situación y no comunicar información que pudiera afectar el funcionamiento de las autoridades o poner vidas en peligro, por mencionar algunas de ellas.

En general, el tema de la cobertura de los medios de comunicación fue un tema central de la guerra contra las drogas. Brambila (2014) sostiene que durante el gobierno de Calderón, la Secretaría de Defensa Nacional (SEDENA), aumentó exponencialmente en un promedio de 450 por ciento al año: de 111.000 pesos en 2007 a 49 millones de pesos en 2011. Sin embargo, su estrategia de comunicación mediática, el gobierno de Calderón no tuvo en cuenta lo siguiente:

“Cualquier tipo de campaña nacional para prevenir e informar a los ciudadanos sobre las condiciones alarmantes de inseguridad que sufrieron muchas zonas del país y relegar cualquier mensaje dedicado a la conciencia ciudadana sobre la vida en zonas de guerra, a menudo abrumados por puestos de control militares y enfrentamientos abiertos entre las fuerzas armadas y grupos del crimen organizado” (Brambila, 2014: 29).

Cruz *et al.* (2013: 16) mencionan que es una característica de la cobertura mediática sobre la guerra contra las drogas que las muertes civiles se minimizan al aceptar la definición de muertes como “daños colaterales” por parte de la Administración de Calderón. Incluidos en esta clasificación se encuentran niños, estudiantes, empresarios, periodistas y activistas sociales, y no hay autoridad estatal o federal para decidir sobre el número real de víctimas civiles.

A pesar de todo, la cobertura de los medios de comunicación, tal como se ha expresado, estaba frecuentemente sesgada, representando un conflicto entre “lo bueno” y “lo malo”. Como resultado, criminalizaba a las personas muertas en el conflicto, sin investigar si estaban implicados en el crimen organizado. Otro factor que puso en peligro la cobertura mediática fue la falta de un código de ética que, por ejemplo, presentara individuos detenidos como delincuentes antes de cualquier juicio, con este tipo de acciones destinadas a demostrar que el gobierno estaba ganando la batalla contra los cárteles de la droga y sus grupos, mientras que las dimensiones de la violencia aumentaron.

De la misma forma, la cobertura mediática comenzó a utilizar un lenguaje cargado de una jerga que aludía a lo violento del conflicto para referirse a los crímenes, exponiéndolo constantemente en sus portadas. Además, la censu-



ra que los medios de comunicación sufrieron produjo un silencio masivo en algunas regiones de México en temas relacionados con la violencia. En el mismo sentido, los medios de comunicación internacionales no examinaron en profundidad la cuestión de la violencia mexicana incitada por el crimen organizado y la ofensiva que lanzó el gobierno federal mexicano.

### **3. Metodología**

Se realizaron 26 entrevistas en línea de las 163 invitaciones que se enviaron por correo electrónico y Facebook. De ellas, diez a activistas; ocho personas se identificaron como activistas y expertos; tres, periodistas; tres expertos y dos productores de medios digitales. El tiempo para contactar a potenciales entrevistados fue de dos meses, tomando como criterio de selección lo siguiente: en el caso de los activistas, que estuvieran participando activamente en este contexto de movimientos sociales por la paz en México o en el extranjero, ya fuera dentro del Movimiento por la Paz con Justicia y Dignidad (MPJD) o grupos con empatía, y/o que hubieran apoyado a este movimiento; en el caso de los expertos, periodistas y productores de medios digitales, que estuviesen dando acompañamiento de cobertura mediática. Cada entrevista tuvo una duración entre 45 y 60 minutos.

Los entrevistados dieron el consentimiento para que sus nombres aparecieran dentro de esta investigación. Dos de las entrevistas fueron realizadas a través del correo electrónico, ya que las personas entrevistadas prefirieron responder en esa forma. Knox y Bukard (2009: 5) subrayan la idea de que “se podría permitir a los participantes elegir cómo se lleva a cabo su entrevista, con la esperanza de que sean más próximos al enfoque con el que se sienten más cómodos”. Los entrevistados fueron de ocho países (Alemania, España, Inglaterra, Japón, Estados Unidos, Suiza, México y Bolivia), el audio fue grabado con el *software* digital Audacity. Las entrevistas se realizaron de diciembre de 2013 a enero de 2014 utilizando el *software* Skype.

### **4. La relación entre los medios de comunicación y los movimientos sociales por la paz**

Una de las concepciones más exploradas de la relación de los movimientos sociales y de los medios de comunicación considera, según Donatella della Porta (2011), la importancia del papel de las corporaciones de medios de comunicación como reguladores de la producción simbólica, convirtiéndose en un terreno indispensable para cualquier esfuerzo en la movilización política y una base independiente de lucha. Esto se debe a que los medios de comunicación proporcionan un contexto que influye en todos los actores involucrados, y los medios de comunicación son también el principal indicador de la reacción pública. En

el caso de México, el principal medio de comunicación, por encima de la radio, Internet, revistas y periódicos, es la televisión. Como resultado, la mayoría de los mexicanos están a merced de la producción simbólica de Televisa y TV Azteca.

Cabe señalar que esto se debe a las condiciones sociales de México: un país donde más de la mitad de la población vive en condiciones económicas deficientes, sin acceso a la educación y sin conciencia social. Esta situación se ve exacerbada por la falta de equidad en el sector de las telecomunicaciones. Hay un duopolio práctico entre Televisa y TV Azteca, quienes poseen una posición dominante (Carrasco, 2012), controlando juntos aproximadamente el 95 por ciento del mercado de los medios de comunicación.

En este contexto, donde los movimientos sociales por la paz en México no pueden acceder a los principales medios de comunicación, han buscado posibilidades de medios alternativos para difundir sus demandas, como dice Carlos, un activista:

“En México hay dos radiodifusores influyentes. Es su elección si nos contactan para escuchar nuestra versión de los eventos; nosotros como organizaciones no seremos escuchados si llamamos a la puerta de los medios oficiales y los medios tradicionales son de difícil acceso. Periodistas como Carmen Aristegui o medios electrónicos como el sitio web de Epigmenio Ibarra, *Revolución 3.0*, o la revista digital *Animal Político*, sin embargo, tienen blogs como medios alternativos y podemos construir una sinergia. Si bien, los medios tradicionales proporcionaron cobertura de los diálogos para la paz, por ejemplo, esta información podría ser correcta o desinformar al público, ya que trabajan para grupos de interés específicos”.

Carlos afirma que incluso cuando los medios de comunicación de gran alcance daban cobertura, no era automáticamente un signo de la “producción simbólica” que potenciaba un movimiento social, porque esa cobertura mediática podía desinformar al público. Al mismo tiempo, los principales medios de comunicación podrían hacer uso de material multimedia producido y publicado en sitios de redes sociodigitales, como dice el grupo de Mexicanos en Suiza por la Paz:

“Ya hemos sido contactados por medios internacionales y los videos y fotos que han sido distribuidos a través de las redes sociodigitales se han difundido en los medios de comunicación. Las redes sociodigitales se han convertido en una fuente adicional de información”.

Para Mosca (2010: 10), Internet simplifica la relación de los movimientos con los medios de comunicación porque los comunicados de prensa, fotos y documentos se publican en sitios web que utilizan los periodistas como fuentes de información para sus artículos. En esta forma, la periodista Elia señala que:

“Las redes sociodigitales se han convertido en fuentes tradicionales de los medios de comunicación y se han convertido en un termómetro de los temas que ocupan y preocupan a los ciudadanos y que son considerados por los medios de comunicación. Se pueden ver muchos temas que surgieron de las redes sociodigitales y se convirtieron en la agenda de los medios de comunicación. Estas plataformas digitales ayudan a impulsar el movimiento para crear la opinión pública e influir en el estado de ánimo de la agenda de los medios de comunicación; es un elemento [de varias personas] que deben unirse para que los medios no olviden y dejen atrás las muchas cuestiones pendientes de las demandas de los movimientos por la paz y justicia”.

Para Earl (2015: 43), los canales de medios tradicionales han sido presionados para que parezcan estar involucrados en las redes sociodigitales: “uno puede ver un núcleo de tuits de los espectadores que se desplazan a través de la pantalla en varias estaciones de noticias por cable”. Los periódicos suelen elegir historias de fuentes en línea, como los blogs, Facebook y Twitter.

Cammaerts (2012: 122) analiza tres niveles interrelacionados de análisis de las oportunidades y limitaciones en términos de mediación para determinar las lógicas de acción. El primer nivel de análisis se refiere a la estructura de oportunidades de los medios de comunicación y se relaciona con la representación de la protesta de los medios de comunicación, concentrándose en las diferentes acciones que los activistas toman para crear interés en los medios, remarcando que cuanto más convencionales son las protestas, recibirán más atención de los medios tradicionales. También se refiere al hecho de que los principales medios de comunicación podrían tomar los sitios web de los activistas y los perfiles de las redes sociodigitales como fuentes primarias, y así obtener información sobre sus actividades o reclamaciones.

El segundo nivel centra su atención en “la estructura de oportunidades discursivas” y “estrategias de auto-mediación”, contemplando la creación de contra-narrativas y distribuyéndolas de forma autónoma de las principales organizaciones de medios. Cammaerts (2012) sugiere que Internet ofrece una oportunidad de mediación para informar con independencia, debatir dentro de los grupos y encontrar más personas con los mismos intereses comunes.

Cammaerts resalta aún más el valor potencial de la producción de artefactos de protesta: “los movimientos pueden crear un impacto a través de fotos digitales y el uso de dispositivos de grabación de video. Por medio de sus fotografías y películas, los activistas pueden difundir archivos de imágenes y auto-representaciones de sus actividades de protesta. El material dentro de los símbolos y los discursos culturales desafían, potencian sus luchas y les permiten crear una memoria colectiva, haciendo posible la transferencia de conocimiento para impactar en otros movimientos”.

En el tercer nivel se refiere a la “estructura de oportunidades en red y aborda las prácticas de resistencia mediadas a través de la tecnología”. Ejemplos de ello son la influencia de Facebook, Twitter y YouTube, las cámaras de mano como herramientas contra tácticas para registrar actos de brutalidad policial, el uso de YouTube para grabar narrativas visuales, la acción directa facilitada por la tecnología de la información y la comunicación, como el *hacktivismo* y el uso del botón ‘like’ en Facebook como una forma pasiva de activismo que permite el apoyo, la formación de la identidad colectiva y un método de llegar a posibles simpatizantes.

El periodista Rodrigo se refiere en el siguiente texto al primer nivel de análisis en relación con la estructura de oportunidades de los medios de comunicación que Cammaerts (2012) menciona, al referirse a la representación de los medios de comunicación de protesta y cómo el movimiento social ganó representación en los medios de comunicación; al mismo tiempo, cómo los medios de comunicación pueden dañar su imagen:

“Los movimientos sociales no pueden crecer sin la ayuda de la comunicación mediática. Los movimientos sociales los necesitan, por ejemplo, si van a tener un evento; todos los medios y movimientos sociales necesitan saber qué información se va a proporcionar a los medios de comunicación, lo que significa que deben tener una estrategia de comunicación clara. Cuando actores como Gael García Bernal están hablando de ello, el MPJD tiene más peso. La cobertura mediática fue tan importante al comienzo del movimiento social, debido a que la cobertura estaba extendida en muchos medios alrededor del tiempo en que Javier Sicilia hablaba en la vida pública nacional sobre la violencia. Escuchamos por primera vez testimonios de las víctimas que no habían tenido voces como la señora Herrera”.

**Figura 2. Miembros del MPJD con los principales medios de comunicación en los diálogos para la paz en Chapultepec, julio de 2011<sup>12</sup>.**



En el segundo nivel de la “estructura de oportunidades discursivas” se consideran las estrategias de auto-mediación, la producción de contra-narrativas y su diseminación independiente de las principales organizaciones de medios de comunicación; lo que es abordado por la activista Lolita Bosch en referencia a la creación de un espacio virtual para la paz en México y lo relevante de que este espacio sea independiente del poder del Estado y de sus intereses políticos. Ella señala:

“Pertenezco a un gremio donde tenemos una voz pública: periodistas y escritores; y cuando ocurrió la masacre de Tamaulipas escribí un correo electrónico a todos mis colegas, y les pregunté: ¿Qué podemos hacer? [...] Formamos “Nuestra aparente rendición” (NAR) como un espacio, porque era necesario crear un espacio en el que la gente confiara. Hoy, en México, es un milagro que no tengamos una conexión política. En el NAR somos una sociedad civil, no somos dueños de nada, y esta es la forma en que nos relacionamos entre nosotros”.

---

[11] Palabras de Julián Le Barón frente al Poder Legislativo (28 de julio de 2011). Recuperado el 19 de junio de 2015 desde: <http://movimientoporlapaz.mx/2011/07/28/palabras-de-julian-le-baron-frente-al-poder-legislativo/>

Para Fuchs (2014), los medios alternativos están restringidos a una audiencia limitada, pero para el activista Hermes el hacer uso de este medio es viable porque los medios locales guardan silencio; él considera que “los medios alternativos ayudan más que los medios locales, pues no ayudan a menos que se les diga lo que tienen que decir. Los medios locales siguen siendo los boletines gubernamentales”.

La activista Pilar afirma que los medios alternativos pueden contrarrestar los mensajes oficiales e, incluso, rectificar sus declaraciones:

“Los medios no tradicionales están investigando la política de paz en México. La SEGOB [Secretaría de Gobernación], en su censo sobre personas desaparecidas, no informó de algunas de las víctimas conocidas. Puesto que existen informes publicados que contradicen sus informes, la gente puede notar la inexactitud, y eso es cuando el status quo cambia. La revista *Proceso*, por ejemplo, ha sido muy crítica”.

En el tercer nivel que Cammaerts (2012) analiza se refiere a las oportunidades y limitaciones de las “prácticas de resistencia mediadas a través de la tecnología”. En una entrevista realizada con la activista Sabina, ésta explica cómo los principales medios de comunicación dejaron de dar cobertura a su grupo colectivo para la paz en *México vía Berlín*, y cómo tuvieron que aprender las habilidades tecnológicas en el uso de nuevas tecnologías de comunicación, así como editar audio digital. Sabina argumenta que:

“Al principio de nuestras movilizaciones había muchos periodistas, pero luego dejaron de cubrir el movimiento. Si los reporteros no son nuestros aliados, ¿qué vamos a hacer? Tuvimos que aprender las herramientas básicas del periodismo. La tecnología hizo toda la diferencia y fue un cambio para escribir nuestra propia historia para los periódicos. Tuvimos correspondencia con los periódicos *Reforma* y *El Universal* y TV Azteca; pero cuando cuestionamos al gobierno alemán sobre las armas que venden a México, los periodistas no entendían su función social para hacer declaraciones sobre este tema o eran claramente representantes del sistema. Nos han acogido más en los periódicos alemanes. La conclusión es que debemos utilizar medios alternativos. Tenemos que crear nuestros propios medios de comunicación”.

Loader y Mercea (2011) y Etling *et al.* (2010) indican que las nuevas tecnologías de los medios de comunicación tienen “el potencial de reconfi-



gurar las relaciones de poder comunicativas”, desafiando el control monopolístico de la producción y difusión de los medios por parte del Estado y las instituciones comerciales. Según la activista y académica Jamie:

“Internet tiene el poder de reemplazar a los medios de comunicación. Los medios de comunicación pueden dañar los movimientos sociales con la criminalización de la protesta o por informar historias falsas. Esto no siempre fue así en México: *La Jornada* y la revista *Proceso* tuvieron un efecto muy positivo. Pero estas ideas están circulando en el mismo círculo, que es muy estrecho. Me he preguntado lo siguiente: ¿Cómo llegamos al público de personas que no pueden acceder a estos medios? Transformar mentalidades es una tarea compleja. La conexión con el sufrimiento del pueblo es lo que une el movimiento social, mientras que los medios de comunicación representan los intereses más poderosos del capitalismo. Es mucho mejor crear medios alternativos”.

Otro aspecto a tener en cuenta es que la relación entre los movimientos sociales y los medios de comunicación pueden ser desigual y sólo a corto plazo (Rucht, 2004). Los principales medios de comunicación llegan a decidir si prestan atención a un movimiento social, pudiendo, si así lo desean, dar sólo una cobertura perjudicial o no dar cobertura alguna. Sobre este punto, el activista Jorge, afirma:

“La televisión a menudo utiliza datos de estas personas, pero no dice cuáles serían los hechos esenciales. Por ejemplo, para denunciar a algunas de las autoridades que probablemente tienen vínculos con el crimen organizado o con las dificultades que han encontrado las familias para encontrar a sus familiares desaparecidos, eso no es lo que los medios hacen visible”.

Además, los medios de comunicación mexicanos han entregado información errónea, como en el caso de dos estudiantes que fueron asesinados por los militares que los medios retrataron como narcotraficantes. El discurso dominante de los medios de comunicación antes de que la MPJD surgiera representaba principalmente a las víctimas de la violencia como “gente mala”, eso significaba para el gobierno federal que estaban ganando la guerra contra las drogas. Según, Rodrigo:

“Por ejemplo, cuando estudiantes del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) fueron asesinados por el ejército,

los medios no dudaron en decir que se trataba de narcotraficantes. No podemos parar en la información que los medios tradicionales nos dan. La voz de Javier Sicilia difería del discurso dominante que criminalizaba a las víctimas. Hubo cobertura sobre el sensacionalismo de las víctimas, y existió un acuerdo para no hablar de violencia en los medios de comunicación”.

Pleyers (2014: 1) considera que “las redes sociodigitales e Internet no han reemplazado a los medios de comunicación”, señalando que los medios alternativos y activistas han captado las mayores audiencias sólo cuando se han vinculado con los medios de comunicación. También es importante mencionar que las “narrativas de la identidad personal” están reemplazando a los “guiones sociales colectivos” y a las identidades grupales como centro de organización social (Poell y Borra, 2012: 701).

En el caso de la campaña *Pedalling for Peace*, podemos observar cómo la historia de la violencia en México, enmarcada en el caso de Carlos Gutiérrez, lo concentró en la historia de la narrativa personal de lo que había vivido. La activista Alejandra, de Mexicanos en el Exilio, sostiene que los medios de comunicación convencionales construyen una realidad que puede no ser sincrónica con el acontecimiento cronológico de los hechos y, en consecuencia, inducir a error a los consumidores en cuanto al momento preciso en que las acciones denunciadas ocurrieron.

“Uno de nuestros miembros, Carlos Gutiérrez, tuvo que amputarse las piernas tras un secuestro y ataque del crimen organizado. Hemos creado una campaña, pedaleando de El Paso a Austin, Texas, 700 millas en total. Empezamos a trabajar con *Univision*, pero tenemos una realidad y los medios tienen otra, y tienen que vender su historia. En definitiva, tenemos que trabajar con los medios de comunicación, y llevar a cabo una conferencia de prensa al menos una vez al mes”, señala Alejandra.

Alejandra también escribió en la revista *online borderzine.com*<sup>13</sup> para el grupo colectivo Mexicanos en el Exilio sobre la experiencia de trabajar con los principales medios de comunicación hispanos en los Estados Unidos (*Univision*), afirmando que había tardado años en obtener la cobertura de los medios de comunicación y que ella era consciente de ese hecho:

---

[13] SPECTOR, A. (29 de octubre de 2013): ‘Day one –Mexicanos en Exilio– pedalling 57 miles for peace and justice from El Paso to Fort Hancock’. Recuperado el 20 de junio de 2015 desde: <http://borderzine.com/2013/10/day-one-%E2%80%93mexicanos-en-exilio-%E2%80%93pedalling-57-miles-for-peace-and-justice-from-el-paso-to-fort-hancock/>

“La mirada de los medios es extraña, surrealista, las cámaras giran, los micrófonos en sus caras, la emoción que se construye alrededor de esa realidad construida. Es emocionante, no por la fama que viene con ella, sino más bien por la noción de que el trabajo que hemos estado haciendo desde 2009, finalmente será escuchado, que tal vez algo positivo pueda venir de todo lo que se ha perdido”, agrega Alejandra.

Milan (2013: 1) destaca que estas plataformas están controladas por “corporaciones de medios y telecomunicaciones”, para quienes el objetivo está relacionado con sus ingresos e intereses compartidos, no con “participación, empoderamiento y justicia social”. El periodista Rodrigo apunta a la cooptación mediática en la cobertura de la violencia y cómo se evidenció el sesgo en apoyo del discurso del gobierno sin ningún análisis serio de la problemática:

“Parece casi innegable que los principales medios de comunicación son cooptados por los intereses de las corporaciones, los dos radiodifusores en México tienen muchos intereses y su cobertura es parcial y está muy cargada para el punto de vista del gobierno. La cobertura de los medios de comunicación fue sentimental y no buscó las causas o cambiar la percepción de por qué se mataba a la gente, o hacer un análisis más profundo. Sin embargo, dieron una gran cantidad de cobertura que quedó en la superficie, sólo dieron cobertura a las personas que sufren”.

Gamson y Wolfsfeld (1993: 115-116, 121) resaltan la relevancia de la “cultura distintiva” de los movimientos sociales y cómo podría chocar con la “cultura política de los principales medios de comunicación”. Es importante mencionar que la cultura política de los principales medios mexicanos es como un aliado del gobierno federal: la cantidad de dinero que se recibe del Estado hace de México uno de los lugares más peligrosos para ser periodista, debido a la alta tasa de represión y censura. La periodista Elia, lo expone de esta forma:

“Los medios llegaron un poco tarde a la cobertura de la violencia. 2010 y 2011 fueron los años más difíciles para que los medios de comunicación cubrieran la violencia en el país. La violencia afectó directamente a los periodistas. Creo que dos factores obstaculizan la cobertura de la violencia en México. Los periodistas no estaban preparados para contar el número de víctimas y afrontar las consecuencias de este ambiente de violencia,

aunque en retrospectiva podemos ver ahora que había los primeros pasos de varias organizaciones civiles. Todavía se necesita mucho trabajo para documentar estos grupos, especialmente una evaluación de su trabajo. Con el cambio del gobierno federal en 2012, estos grupos y movimientos sociales por la paz y la justicia se han debilitado”.

Elia indica que, a pesar de que la cobertura de los medios llegó tarde para informar sobre la expansión de la violencia, todavía hay una enorme cantidad de trabajo necesario para documentar adecuadamente los casos de las víctimas. Como han observado varios activistas, no fue hasta la aparición de Javier Sicilia en el espacio público que los medios comenzaron a mostrar interés en el problema.

Gamson y Wolfsfeld (1993: 124) observan que cuando un actor de medios enfatiza el material visual en sus producciones de noticias, es más probable que “produzca estrategias de acción que enfatizan el espectáculo, el drama y la confrontación. Debido a que el material visual da una mayor importancia al espectáculo, la televisión es más ¿probable? que los medios impresos para enfatizarlo”. El espectáculo en los medios busca el drama y la confrontación, y los eventos emocionales son atractivos para los medios en este sentido. María González<sup>14</sup>, madre de un hijo desaparecido, expone esta realidad mediática en su discurso: cómo el interés de los medios de comunicación es sólo generar espectáculo y no ofrecer un esfuerzo genuino para ayudar a las víctimas:

“¿Por qué los medios nos han dejado solos? ¿Por qué? ¿Por qué los medios de comunicación no proporcionan una amplia cobertura sobre nuestra tragedia? Sólo porque las figuras del ejecutivo autorizan a los medios de comunicación a estar aquí, pero nadie nos presta atención, ¡nadie! ¡Nadie! Una vez quise tener una entrevista con el programa del *reality show* *Señorita Laura*<sup>15</sup>, y sus guardaespaldas me cerraron la puerta y me trataron mal. ¿Por qué poner estos programas de televisión?”, señala María González.

Gamson y Wolfsfeld (1993) sugieren, sin embargo, que hay aspectos positivos en el uso de los medios cuando están bien planificados. Con recursos

---

[14] Emergencia Mx (11 de octubre de 2011). Comisión de víctimas en el segundo diálogo con Felipe Calderón. Recuperado el 20 de junio de 2015 desde: [http://www.youtube.com/watch?v=\\_YQzy3LOf8](http://www.youtube.com/watch?v=_YQzy3LOf8)

[15] Este es un programa de televisión, dirigido por una abogada peruana, Laura Bozzo. La versión del mismo programa producido en México tomó los nombres de Laura de México o Laura.

significativos, organización, profesionalismo, coordinación y planificación estratégica, un movimiento puede lograr una poderosa cobertura mediática de eventos y temas importantes.

“Una parte significativa de los movimientos es su comunicación. Esta comunicación resultó de una necesidad estratégica. Desde el inicio del movimiento había dos organizaciones: Cencos y Separaz. Cencos se había centrado especialmente en la comunicación. Cencos fue presidido por Emilio Álvarez Icaza y su comunicación fue estratégicamente orientada a comenzar a llamar a ciertos grupos de la sociedad para crear un poder de convocatoria [...] varios actores que asistieron a las campañas de los medios fueron celebridades de cine y expertos en medios que habían trabajado anteriormente en la campaña ‘No más sangre’. Ésta es una historia de trabajo con periodistas y campañas de lanzamiento para visibilizar tanto el movimiento como el problema de la estrategia de drogas militarizada”, indica Jorge.

Baringhorst (2008: 78) observa que la realización de una acción de protesta colectiva depende todavía de una lógica de los medios de comunicación, basada en el poder simbólico de las grandes organizaciones mediáticas:

“En México hay una gran necesidad de ser conscientes de lo que está sucediendo y es necesario que el periodismo construya una opción de esperanza con nuestro trabajo. Los periodistas tienen mucho que aprender a dar espacio en los medios de comunicación para exponer ejemplos de acciones exitosas en la búsqueda de la justicia. Esto implica cambiar el discurso para dar dignidad a las víctimas y contribuir a que se transformen en sujetos activos. En esta forma han demostrado en este país que no sólo se quedan sentados en casa y esperan justicia, sino que han salido a las calles, organizando e incluso trabajando con las autoridades. En algunos casos, han hecho el trabajo de las autoridades, y los medios de comunicación tienen una enorme responsabilidad en relación con este problema”, señala Elia.

Elia pone énfasis en el trabajo profesional de ‘Periodistas de a pie’, una organización de periodistas que busca elevar la calidad del periodismo en México y encontrar la dimensión social en cualquier noticia y poner un rostro humano en las noticias; así como enfocar la información desde la perspectiva de los derechos humanos y explicar qué sucede a medida que se desarrolla la

historia, exponiendo las causas y proponiendo soluciones. ‘Periodistas de a pie’ es un ejemplo de cómo el periodismo puede potenciar a la sociedad civil a través de un compromiso ético que ha ayudado en la transformación de las víctimas en agentes de cambio.

El activista Roberto afirma que “los medios tradicionales han jugado un papel clave. Cuando los medios de comunicación siguieron el movimiento fue cuando hubo una mayor respuesta de la sociedad civil; los medios tradicionales también afectan el nivel de respuesta de la ciudadanía”. En esta perspectiva, el nivel de conciencia está relacionado con el nivel de cobertura mediática que el movimiento social ha recibido, y es clave para incitar a una respuesta de los ciudadanos.

Para Atton (2003: 8), las ideologías y prácticas de los actores del movimiento social son simplificadas y homogeneizadas por los principales medios de comunicación. En lugar de explorar las complejidades, los medios de comunicación muestran como resultado una visión desequilibrada y “estructuralmente indeterminada” de estas protestas. Los dispositivos de encuadramiento convencionales reducen las exploraciones perspicaces de la actividad del movimiento social a través de la normalización de las diversidades de la disidencia. A menudo, los medios de comunicación retratan la protesta por medio de una perspectiva inexacta y simplificada.

“La amplia cobertura mediática se ha centrado en comprender estos complejos fenómenos de violencia desde dos frentes estrechos: los buenos y los malos. Cuando se produjeron los enfrentamientos, la cobertura mediática se centró en contar sólo el número de muertes; este fenómeno se llamó el “ejecutómetro”. La cobertura de los medios de comunicación desde otra perspectiva era bastante limitada y los medios de comunicación sólo prestaron atención a la inmediatez de los hechos, pero sin entender la violencia en formas más profundas”, expresa Elia.

Los factores que producen la violencia en el contexto de la guerra contra las drogas no se pueden resumir en dos dimensiones simplificadas, afirmando que los “malos” merecen morir y trivializar la cantidad de muertos, exponiendo los cadáveres en los medios de comunicación y normalizando así los altos niveles de violencia.

“El problema es que no todos los medios dan la cobertura que da un sentido real de estos movimientos. Es importante mencionar que los medios de comunicación juegan un papel clave en la mente colectiva; un



ejemplo muy claro fue la Ley General de Víctimas, donde el papel desempeñado en la cobertura mediática fue significativo y al menos algunos periodistas contribuyeron a este respecto”, añade Elia.

Carty (2010) y Van Zoonen (1992) sostienen que los medios de comunicación pueden influir en el público a través del discurso público y de la comprensión más amplia de los problemas sociales por parte del público (Kenneth y Caren, 2010: 842) y ‘descolonizar la opinión pública expandiendo y reconstruyendo el discurso público’.

Sin embargo, uno de los riesgos de la atención de los medios es la falta de interés, incluso cuando el periodismo debe tener la obligación de informar al público sobre las demandas de justicia y evitar la trivialización del tema de la violencia. Para algunos periodistas, ahí es donde deben estar trabajando. La periodista Elia afirma que existe:

“El riesgo de pérdida de memoria en este país. Una de las lecciones para el periodismo es tener en cuenta el número de ciudadanos afectados, situación que se agrava en la medida en que los medios de comunicación pasan por alto, olvidan y dejan atrás estas cuestiones, hasta el punto de que la inconsciencia vuelve a crecer en el país. Este no puede ser un asunto olvidado, el periodismo tiene el deber de advertir, acompañar a los ciudadanos y no permitir un lapso en la memoria colectiva. Si bien los cambios legislativos que se han producido y han resuelto algunas de las cuestiones de la cobertura de la marcha, creo que sigue habiendo una falta de sensibilidad hacia los temas de violencia y víctimas”.

En definitiva, la relación entre los movimientos sociales y los medios de comunicación se puede resumir observando que cuanto más difundido es el apoyo a un movimiento social y cuanto más sus ideas se comunican con estrategias de *marketing*, más espacio se crea en los medios de comunicación para sus mensajes, produciendo el efecto de aportarles apoyo adicional (Della Porta y Diani, 2006). La activista Pilar coincide con este punto:

“Un desafío desde una perspectiva nacional es el desarrollo económico. Hay una reacción cultural contra el imperialismo, desafiando la publicidad y el mercadeo, aplicándolos a las cuestiones de derechos humanos, utilizando así una herramienta del sistema capitalista como parte de una resistencia ideológica, utilizando para vender la causa. Amnistía Internacional hace grandes campañas en forma de grandes campañas publicita-

rias. Muy pocos han aplicado las experiencias europeas de las organizaciones utilizando las herramientas disponibles. Es una acción popular, para firmar una carta, pero no lo suficiente viene de ella. El uso de técnicas modernas puede aplicarse al activismo tradicional una vez que se llega a utilizar Internet”.

## 5. Conclusiones

Como se analizó anteriormente, el control que los medios tradicionales ejercen sobre la producción simbólica de los contenidos relacionados a la cobertura mediática de la guerra contra las drogas en México es reconocido como una problemática primordial por los activistas y periodistas que se citan en el presente estudio. Por ejemplo, los activistas, ante las dificultades de recibir una cobertura amplia e imparcial, sugirieron que el periodismo digital es una alternativa como espacio público para informar al público sobre el movimiento social, ya que reconocen la existencia de un periodismo mexicano de alta calidad en Internet.

Además, los principales medios de comunicación han encontrado fuentes y la información necesaria para usarlos en Internet; a través de las redes sociodigitales como Facebook se han convertido en espacios públicos de contención, proporcionando una oportunidad para contrarrestar a los medios de comunicación con sus propias narrativas, así como expresar la realidad de la violencia donde los principales medios de comunicación presentan silencio y lagunas en la información.

Los movimientos sociales por la paz en México, por ejemplo el MPJD, han construido estrategias de comunicación para llegar a un público masivo. Por medio de la promoción de su campaña mediática ‘En los Zapatos del Otro’ por celebridades y actores mexicanos como Diego Luna y Gael García Bernal, entre otros. Internet no es sólo un espacio de contención que es útil para los activistas, sino que también es un lugar donde la gente puede unirse, creando lazos de confianza con un diálogo que va más allá de las manifestaciones, algo que los medios de comunicación no pueden ofrecer, aunque Internet es al mismo tiempo un espacio no disponible para una amplia audiencia.

Otro tema expresado por los activistas, en relación con los intentos de establecer una relación con los periodistas, es que no pueden confiar en ellos completamente para la cobertura de los medios de comunicación, ya que podría ser sesgada, con visiones estrechas e historias mal informadas. Por lo tanto, los activistas han creado sus propios medios de comunicación; con ese propósito han aprendido diferentes habilidades de los medios de comunicación para producir sus historias.

Desde el punto de vista de los periodistas, destacaron que los reporteros en su conjunto no estaban preparados en el contexto de la guerra contra las drogas, reconociendo que ha habido una transformación de la cobertura de las historias de las víctimas. Esto significa que en sus historias aportan esperanza sin criminalizar a las víctimas, proporcionando un contexto en las historias de las víctimas y documentando todos los casos de víctimas, comprendiendo la responsabilidad de los medios de comunicación en la creación de políticas públicas de paz en México. Los medios de comunicación como un factor clave en la creación de la opinión pública en los principales medios de comunicación y, finalmente, por ser conscientes del riesgo de que, sin una cobertura continua, las historias puedan ser olvidadas.

Todas estas estrategias de comunicación y el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han dado lugar a una visibilidad nacional e internacional. Estas prácticas son generadoras de medios simbólicos y producciones del espacio público que rechazan las narrativas y prácticas dominantes que construyeron todo lo relacionado con el narcotráfico como enemigo del gobierno. Se piensa que estas estrategias de comunicación influyen en el entorno político y cultural en el contexto de la defensa de los derechos humanos, el activismo cultural poético o la resistencia no violenta y contribuyen a la construcción de redes de solidaridad para apoyar a las víctimas de la guerra contra las drogas.

## 6. Bibliografía

- AGUILAR, R. (2012): 'La Comunicación en el Sexenio de Calderón', en *Sexenio en Perspectiva: Análisis Académico del Gobierno de Felipe Calderón*. México: Universidad Iberoamericana, 53-60. Recuperado el 11 de julio de 2012 desde: [http://www.iberomx/prensa/archivos/sexenio\\_en\\_perspectiva\\_2012.pdf](http://www.iberomx/prensa/archivos/sexenio_en_perspectiva_2012.pdf)
- ALONSO, J. (2012): 'Mexique: La Guerre Perdue Contre les Narcotrafiquants et les Autres Guerres', en *Al'encontre*, París. Recuperado el 11 de junio de 2012 desde: <http://alencontre.org/ameriques/amelat/mexique/mexique-la-guerre-perduecontre-les-narcotrafiquants-et-lesautres-guerres.html#more-2735>
- Amnistía Internacional (2013): *Enfrentarse a una pesadilla: Desapariciones en México*. Recuperado el 23 de junio de 2015 desde: <http://amnistia.org.mx/publico/informedesaparicion.pdf>
- ATTON, C. (2003): 'Reshaping Social Movement Media for a New Millennium', en *Social Movement Studies*, 2(1), 3-15.
- BARINGHORST, S. (2008): 'Political Protest on the Net', en *German Policy Studies* 4(4), 63-93.
- BRAMBILA, J. (2014): 'Comunicación en la guerra contra el narcotráfico. La estrategia publicitaria de la SEDENA (2007-2011)', en *CONfines*, 20, 9-33.

- CAMMAERTS, B. (2012): 'Protest Logics and the Mediation Opportunity Structure', en *European Journal of Communication*, 27(2), 117-134.
- CARRASCO, G. (2012): 'Estados Medios de Comunicación y Monopolios', en *Revista Alegatos*, 81, mayo-agosto, 441-468. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco. Recuperado el 25 de junio de 2015 desde: <http://azc.uam.mx/publicaciones/alegatos/pdfs/74/81-06.pdf>
- CARTY, V. (2010): 'New Information Communication Technologies and Grassroots Mobilization' en, *Information, Communication and Society*, 13(2), 155-173.
- CERVANTES, L. (2012): *La Política a través de la Guerra. La Cruzada Moral en contra del Narcotráfico*, Flacso, México.
- CRUZ, C.; CRUZ, C. A.; FUMARULO, A.; RUGGIERO, P.; POSCETTI, G. y DELL'OLIO, T. (2013): *México, la guerra invisible. Historias, cifras y negocios de los cárteles criminales y la impunidad de las mafias mexicanas*. Pace Per il Messico. Recuperado el 26 de agosto de 2014 desde: [http://cauceciudadano.org.mx/cauce/wp-content/uploads/2013/11/Dossier\\_LIBERA\\_Mexico\\_La-Guerra\\_Invisible.pdf](http://cauceciudadano.org.mx/cauce/wp-content/uploads/2013/11/Dossier_LIBERA_Mexico_La-Guerra_Invisible.pdf)
- DELLA PORTA, D. (2011): 'Communication in Movement', en *Information, Communication and Society*, 14(6), 800-819.
- DELLA PORTA, D. y DIANI, M. (2006): *Social Movements an Introduction*. Segunda edición. Londres: Blackwell Publishing.
- EARL, J. (2015): 'The Future of Social Movement Organizations: The Waning Dominance of SMOs Online', en *American Behavioural Scientist*, 59(1), 35-52.
- ETLING, B.; FARIS, R. y PALFREY, J. (2010): 'Political Change in the Digital Age: The Fragility and Promise of Online Organizing', en *SAIS Review*, 30(2), Summer-Fall, 37-49.
- FUCHS, C. (2014): *OccupyMedia! The Occupy Movement and Social Media in Crisis Capitalism*. Londres: Zero Books.
- GAMSON, W. y WOLFSFELD, G. (1993): 'Movements and Media as Interacting Systems', en *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 528, 114-125.
- KENNETH, T. A. y CAREN, N. (2010): 'Making the News: Movement Organizations, Media Attention, and the Public Agenda', en *American Sociological Review*, 75(6), 841-866.
- LOADER, B. y MERCEA, D. (2011): 'Networking democracy?', en *Information, Communication and Society*, 14(6), 757-769.
- MILAN, S. (2013): *Social Movements and their Technologies Wiring Social Change*. Londres: Palgrave Macmillan.
- MOSCA, L. (2010): 'From the Streets to the Net? The Political Use of the Internet by Social Movements', en *International Journal of E-Politics*, 1(1), 1-21.

- PLEYERS, G. (2014): 'From Facebook Movements to City Square Movements', en *Opening Democracy*. Recuperado el 21 de mayo de 2014 desde: <https://www.opendemocracy.net/geoffrey-pleyers/from-facebook-movements-to-city-square-movements>
- POELL, T. y BORRA, E. (2011): 'Twitter, YouTube, and Flickr as Platforms of Alternative Journalism: The Social Media Account of the 2010 Toronto G20 Protests', en *Journalism*, 13(6), 695-713.
- OVALLE, P.; DÍAZ, A. y ONGAY, L. (2014): 'Pensar la memoria desde la frontera: recuerdo, reconstrucción y reconciliación en el Caso del *Pozolero*', en *A contracorriente Journal*, 12(1), 278-300.
- REGUILLO, R. (2013): 'Guarded (In) Visibility: Violence and the Labors of Paralegality in the Era of Collapse', en ZEYNEP GAMBETTI y MARCIAL GODOY-ANATIVIA (eds.): *Rhetorics of Insecurity, Belonging and Violence in the Neoliberal Era*. Nueva York: New York University Press, 196-212.
- RUCHT, D. (2004): 'The quadruple 'A' Media Strategies of Protest Movements Since the 1960s', en DONK, W.; LOADER, B. D.; NIXON, P. G. y RUCHT, D.: *Cyberprotest: New media, citizens and social movements*. Londres: Routledge.
- SOLIS, J. S. (2013): 'Neoliberalism and Organized Crime in Mexico: The Emergence of the Narco-State', en *Frontera Norte*, 50(25), 7-34.
- VAN ZONEN, E. (1992): 'The Women's Movement and the Media: Constructing a Public Identity', en *European Journal of Communication*, 7(4), 453-476.
- VILLANUEVA, R.; RIVERA, J. y LEY, S. (2013): *Pasos para la memoria. manual de documentación de casos de víctimas de violaciones de derechos humanos y del delito*. México: SOLIS, B. (ed.), MPJD, Cencos y Fundación San Ignacio de Loyola.
- WATT, P. y ZEPEDA, R. (2012): *Drug war Mexico, Politics; Neoliberalism and Violence in the New Narcoeconomy*. Londres: Zed Books.

---

**Para citar este artículo:**

García, L. Á. (2017): 'Los medios de comunicación y su relación con los movimientos sociales por la paz en México', en *index.comunicación*, 7(3), 95-119.

