Publicado en *Coordinación General de Comunicación Social* (https://comsoc.udg.mx)

Discuten sobre publicidad de gobierno en medios

Realizan mesa de discusión El poder y sus cómplices

Las instituciones políticas y los gobiernos han encontrado en la publicidad en los medios de comunicación una forma de controlarlos, ejercer su poder y promover sus intereses políticos, coincidieron periodistas y especialistas reunidos a propósito del VIII Encuentro Internacional de Periodistas, organizado por la Dirección General de Medios de la Universidad de Guadalajara.

La colaboradora de revistas como Proceso, Anabel Hernández, afirmó que la dependencia de los medios de comunicación al dinero proveniente de la publicidad de los gobiernos ha devenido en su "prostitución y degeneración".

Recibir dinero del erario público ha propiciado que elijan no invertir en un periodismo de investigación, pues los temas que traten lesionarían los intereses de sus anunciantes tanto de los gobiernos como de la iniciativa privada, afirmó la autora de México en llamas.

Como parte de la mesa de trabajo "El poder y sus cómplices", que se desarrolló como parte el encuentro en el marco de la FIL, el director del portal Sin embargo, Alejandro Páez dijo que no solo los grandes periódicos dejan seducir la publicidad pagada por los gobiernos, sino que en los estados o municipios del país, la prensa prácticamente subsiste con este tipo de aportaciones que muchas veces no vienen del presupuesto de las oficinas de comunicación social, sino de otras partidas muchas veces secretas.

Sergio Arribá, académico de la Universidad de Buenos Aires explicó que la vinculación económica con los medios de comunicación es una forma de ejercer el poder desde el Estado.

A esto se añade un periodismo militante que "acompaña al gobierno y publica informaciones afines a este", lo que marca su pérdida de autonomía.

El periodista de Proceso y del programa Homo Zapping, Jenaro Villamil recordó la alianza hecha entre el presidente electo Enrique Peña Nieto y la empresa Televisa, que ayudó al primero a crear una imagen favorable para ganar las elecciones de 2012.

Sin embargo, recalcó, cada vez más la audiencias creen menos en estos medios de comunicación y están reclamando un periodismo crítico y de investigación.

Guadalajara, Jal., 30 de noviembre de 2012
Texto: Mariana González
Fotografía: Abraham Aréchiga
Edición de noticias en la web: Lupita Cárdenas Cuevas

Etiquetas:

Alejandro Páez [1]
Anabel Hernández [2]
Encuentro Internacional de Periodistas [3]
FIL [4]
FIL 2012 [5]
Jenaro Villamil [6]
Sergio Arribá [7]

URL Fuente: https://comsoc.udg.mx/noticia/discuten-sobre-publicidad-de-gobierno-en-medios

Links
[1] https://comsoc.udg.mx/etiquetas/alejandro-paez
[2] https://comsoc.udg.mx/etiquetas/anabel-hernandez
[3] https://comsoc.udg.mx/etiquetas/encuentro-internacional-de-periodistas
[4] https://comsoc.udg.mx/etiquetas/fil
[5] https://comsoc.udg.mx/etiquetas/fil-2012
[6] https://comsoc.udg.mx/etiquetas/jenaro-villamil
[7] https://comsoc.udg.mx/etiquetas/sergio-arriba