

## **MEDIOS Y SOCIEDAD. UNA RELACIÓN DESIGUAL**

**Patricia Ortega Ramírez**  
**Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco**

**Grupo de trabajo: Comunicación participativa y desarrollo social**  
IX Congreso IBERCOM  
Sevilla-Cádiz, 2006.

**En México, la existencia y sustentación de verdaderos medios públicos representa para los ciudadanos la posibilidad de acceder a una televisión de calidad y de contenidos distintos a los de los medios comerciales.** En este trabajo se pretende mostrar cómo las recientes reformas aprobadas por el poder legislativo al marco legal que rige a los medios audiovisuales en nuestro país profundizan **las condiciones de desigualdad en la relación medios y sociedad, al marginar del desarrollo tecnológico y digital a otras opciones de comunicación como las que en muchos casos ofrecen los medios públicos.**

**Palabras clave: Concentración, medios públicos, televisión comercial**

En México el modelo hegemónico de televisión ha sido el comercial. Junto a él coexisten, de manera marginal, canales de propiedad estatal que se han desarrollado como culturales, universitarios, oficiales y legislativos, entre otras modalidades y que han logrado subsistir a pesar de las presiones que cotidianamente les impone el mercado y el acelerado desarrollo tecnológico. No obstante su escasa presencia social, en algunos casos, estos medios han logrado constituir un referente de calidad en ciertos sectores sociales.

La relación entre televisión y mercado, ha sido fundamental en el desarrollo que ha alcanzado el modelo comercial en nuestro país. Pero, sobre todo, esta televisión creció bajo la protección y el auspicio de los gobiernos en turno. Es precisamente en la relación que han mantenido los dueños de la televisión comercial y el Estado mexicano donde podemos encontrar el origen de su poder económico y político. Si bien podríamos decir que esa relación ha existido desde los orígenes del medio, ésta se ha ido transformado en la medida en que se ha incrementado el poder económico de la televisión y ha crecido su influencia social y política.

Durante casi toda la segunda mitad del siglo XX, podemos ver que la relación que la televisión comercial mantuvo con el gobierno fue básicamente una relación de adhesión y hasta de sumisión a los mandatos e intereses del gobierno en turno. Fue una relación de conveniencia porque así obtenía los favores de éste para desarrollar su proyecto económico. Sin embargo esa relación se ha ido transformando en la medida en que la influencia política de la televisión ha aumentado y han crecido sus intereses en el campo de lo político. La televisión comercial ha pasado de ser escenario del debate político a actor de la política. En la actualidad, no se puede entender el papel que la televisión desarrolla sólo a partir de su función cultural y económica, es necesario también tomar en cuenta su función política. Sin lugar a dudas, hoy podemos afirmar que las empresas de la televisión comercial hacen política:

-Cabildean con los miembros del poder legislativo para buscar el apoyo necesario para que se promuevan y aprueben las iniciativas que son favorables a sus intereses como también para que sean rechazadas o congeladas las que no les convienen. Iniciativas que muchas veces son elaboradas por los mismos asesores o personal de confianza de esas empresas.

-Se reúnen con los representantes de los partidos políticos para buscar consenso en torno a sus iniciativas, ya sea convenciendo, presionando y/o chantajeando.

-Negocian en privado con el poder ejecutivo asuntos que competen al interés público y logran acuerdos favorables a sus proyectos económicos particulares.

-Establecen la agenda política y pública. Esa televisión juzga, condena y dictamina sobre distintos asuntos de vida pública y es ahí donde se pone en entredicho a la clase política o se encumbra y promueve a algún personaje. Por su parte, los políticos y gobernantes hablan para los medios, antes que interesarles convencer a los ciudadanos buscan primero convencer al conductor estrella de la televisora. Es en sus instalaciones donde se define día con día cual será el tema con

el que se perseguirá a los políticos para obtener de ellos la declaración o la opinión que llene sus espacios noticiosos, así como qué acontecimientos merecen la pena ser tratados en la información.

-Otorgan voz y visibilidad a quienes ellos deciden. Pero la gran mayoría de los ciudadanos con sus múltiples problemas pasan desapercibidos por la televisión comercial de no ser que se conviertan en presas de sus "reality shows", protagonicen algún escándalo en las vías públicas, representen el tema de algún llamado periodismo de fondo salpicado de moralidad y chantaje o sirvan de argumento para dar el tono amarillo y escandaloso a sus noticieros.

Acostumbrada a vivir en un régimen político autoritario la televisión mexicana no ha querido, o en algunos casos tal vez no ha sabido, constituirse en un espacio de socialización democrática ni ha asumido su responsabilidad social en el proceso de democratización que hemos estado viviendo en nuestro país.

Es cierto que hoy la televisión tiene libertad para informar y expresar opiniones, para influir en la sociedad o para criticar las acciones del gobierno. Sin embargo no siempre ejerce esa libertad con responsabilidad y profesionalismo. Por el contrario, la televisión suele actuar con gran arbitrariedad sobre todo en lo que se refiere a su labor de informar; constantemente podemos darnos cuenta de cómo en los noticieros se privilegia el escándalo y el amarillismo en lugar del análisis y la investigación de los hechos. Las noticias sin confirmar, la descontextualización de los acontecimientos o las opiniones sin sustento son prácticas comunes en el quehacer informativo de la televisión.

En su relación con el poder político la televisión ha logrado imponer sus propios tiempos, su lenguaje y hasta su formato al quehacer político mediatizado. La declaración apresurada o la más escandalosa son materia prima de múltiples espacios noticiosos.

"Para los medios -afirman Carlos Elizondo y Carlos Bravo- todo ocurre en un presente omnímodo en el que el pasado que ya fue y el futuro que todavía no es simplifican en un hoy que los confunde indistintamente. Así, 'presionada a dar respuestas inmediatas, la política pierde cualquier estrategia de mediano plazo'. Al desatender su contenido de larga duración y querer ofrecer resultados rápidos, al sucumbir a la tentación de ir a la par de ese tiempo acelerado que gobierna a los medios de comunicación, nuestros regímenes mediatizados no pueden más que terminar desorientando al ciudadano." (Elizondo y Bravo, 2003: 18)

Pero no sólo es una cuestión de formato o de lenguaje audiovisual, en los últimos años hemos visto como cada vez más la televisión influye en el quehacer de la política y como los políticos dependen de este medio para hacerse presentes en la vida pública. Este problema de relación entre medios y políticos ha sido descrito por Bernardo Díaz Nosty, refiriéndose a la situación de Portugal, de la siguiente manera: "Hay una 'espiral de cinismo', (...) que hace al político tributario de los medios, a quienes 'debe el favor' de un buen trato y de la proyección determinante en su éxito público." (Nosty, 2001: 20)

El problema fundamental no está sólo en el hecho de que estas televisoras se comporten como lo hacen, sino en que no existen en México normas o regulaciones que limiten los excesos que éstas cometen. Tampoco existen contrapesos reales ni las condiciones para que se desarrollen otras opciones de comunicación, sean públicas o privadas, capaces de competir en condiciones equitativas con el duopolio de la televisión comercial representado por Televisión Azteca y Televisa.

Estas dos empresas acaparan el 93% de las frecuencias de la televisión comercial del país. El 80% le pertenece a Televisa y a Televisión Azteca el 13%. La gran concentración en sólo dos familias representa un fuerte obstáculo para la pluralidad y la diversidad de opiniones, ideologías, visiones y expresiones.

Sobre la ausencia de límites a la concentración de la televisión en nuestro país, el investigador Raúl Trejo Delarbre ha dicho que:

"Abandonada al gairete de los intereses más poderosos, la radiodifusión mexicana no ha logrado constituir un auténtico mercado con la diversidad de enfoques y programaciones que supondría la existencia de competidores capaces de disputarse la audiencia de un país tan grande y heterogéneo como el que tenemos. En vez de ello hemos padecido el predominio de pocas y cada vez más concentradoras empresas, especialmente en el campo de la televisión. En el dial televisivo la sociedad mexicana no encuentra las opciones que podría ofrecerle un verdadero contexto de mercado sino, únicamente, la indigencia de contenidos que resulta del acaparamiento de frecuencias, audiencias e inversión publicitaria por parte de dos empresas." (Trejo, 2006: 32)

Hoy más que nunca, se requiere de la existencia de medios distintos a los medios comerciales no sólo para contrarrestar los excesos de esos medios privados, sino también para fomentar la

pluralidad política y social así como la diversidad cultural que caracteriza a las sociedades modernas.

La lógica del mercado, impone a la televisión comercial la tendencia a uniformar contenidos formatos y modelos de producción. Para algunos estudiosos de los medios, como Victoria Camps, es claro que:

“...son unos pocos intereses —o los intereses de unos pocos— los que, en último término, determinan el sentido y los contenidos de la comunicación en todo el mundo. Por lo que las sociedades, pese a hacer gala de la diversidad y la pluralidad, pese a poder ofrecer más cotas de libertad, se vuelven cada vez más parecidas las unas a las otras.” (Camps, 2006: 331)

Un verdadero cambio democrático de las estructuras de la sociedad no puede dejar de lado a la televisión. Junto a principios básicos de toda democracia como son la justicia y la equidad en lo económico, en lo educativo y en lo cultural, está también el de la libertad de expresión. Pero a fin de que la libertad de expresión se ejerza realmente es necesario que se refuercen los espacios o se renueven las instituciones que la hacen posible. En este sentido, los medios y particularmente la televisión no pueden ser ajenos a la transformación democrática. Su papel como formadora de opinión, su gran influencia en lo político, en lo social y en lo cultural, hacen de ella un espacio necesario en la consolidación de la democracia. Como parte de la esfera pública, la televisión constituye un espacio donde hoy se dirimen y se toman decisiones sobre asuntos públicos que afectan a los distintos grupos sociales.

Por eso no basta con que se transformen las estructuras políticas para lograr una verdadera democratización de nuestro país. Junto con ello, es indispensable que también se produzcan cambios en las estructuras de la cultura y la comunicación. La televisión representa hoy un espacio significativo para la expresión de los juicios públicos de ciudadanos que en el proceso democrático tienen el derecho de discutir, valorar y juzgar las acciones que realizan los grupos en el poder así como influir en las decisiones que orientan la vida colectiva. La tolerancia, el debate y la crítica son elementos indispensables en la construcción de la democracia.

La televisión se constituye entonces en uno de los espacios de comunicación más importante para el desarrollo y la socialización de valores democráticos y de la cultura pública. Sin embargo es difícil que esto se logre con la estructura actual de la televisión mexicana y con el escaso marco legal que rige la actividad de los medios audiovisuales en nuestro país. La hegemonía del modelo privado en México ha marginado cualquier otra opción de televisión lo cual, a su vez, ha limitado una expresión verdaderamente plural y diversificada de la sociedad en esos medios de comunicación. Los cambios que política y socialmente hemos vivido desde los últimos años del siglo anterior y en los primeros del XXI no han alcanzado a los medios de comunicación.

## **Estado e incertidumbre**

Frente al debilitamiento del poder soberano del Estado, la disminución cada vez mayor de su presencia en la vida pública y con ello la pérdida de su capacidad para garantizar el bienestar social y salvaguardar los derechos sociales y ciudadanos; ante la crisis también de varias de las instituciones políticas sobre todo por la pérdida de credibilidad y confianza en los partidos, vemos la emergencia de otros actores que han adquirido influencia y poder en el tejido social. Muchas de las decisiones que corresponderían al Estado y a sus instituciones en un modelo de democracia representativa, hoy están siendo tomadas en otras partes, en los grandes corporativos internacionales, en los conglomerados empresariales transnacionales, en los espacios privados. Las instituciones políticas y sociales que tradicionalmente funcionaban para encauzar las expectativas y necesidades sociales están siendo fuertemente cuestionadas en cuanto a su capacidad y legitimidad para dar respuesta a los conflictos y problemas sociales ¿Qué está pasando con la capacidad del Estado para decidir en función del bienestar de la mayoría de los ciudadanos y en representación del interés social? ¿Cómo reconstituir la habilidad del Estado mexicano para garantizar seguridad, salud y educación de calidad, empleo digno y espacios para la expresión plural de una sociedad tan compleja y diversificada como la nuestra? ¿Dónde se estancó o se desvió nuestro proceso de transición a la democracia?

Como lo ha señalado el politólogo Roberto Gutiérrez: “Los vacíos de poder tienden siempre a llenarse”<sup>1</sup>. Y es ahí donde crece la influencia de otros actores sociales como “los poderes fácticos legales o extralegales que han contribuido a la relativización del Estado de derecho.”<sup>2</sup>

La intervención de los poderes fácticos en la vida social, se da al margen del poder del Estado. Entre estos poderes ubicamos a la televisión, la cual ha desarrollado una gran capacidad de influencia social, cultural, económica e incluso política. Las empresas de televisión llegan a actuar al margen del poder del Estado, otras veces se le subordinan a él o se convierten en cómplices de los gobiernos en turno según convenga a sus intereses particulares.

El problema de fondo está en el hecho de que el Estado mexicano ha renunciado a tener un papel rector en el desarrollo cultural de nuestra sociedad y ha dejado en las manos del mercado las directrices de este desarrollo. No se trata aquí de establecer aseveraciones maniqueístas entre buenos y malos, sino de señalar cuáles han sido los factores que han propiciado el desarrollo de una estructura de comunicación tan desigual como la nuestra.

### **Una Ley a la medida**

El 30 de marzo de 2006 los ciudadanos mexicanos pudimos constatar una vez más la fuerza del poder de las dos empresas hegemónicas de la televisión. La sumisión de la mayor parte del poder legislativo a los mandatos de Televisa y Televisión Azteca mostró el gran atraso de nuestra clase política.

¿Por qué ocuparnos y preocuparnos en discutir y analizar las reformas y adiciones que se hicieron a la Ley Federal de Radio y Televisión y a la Ley Federal de Telecomunicaciones aprobadas, primero por mayoría absoluta, en la Cámara de Diputados en diciembre de 2005 y luego por la Cámara de Senadores con 40 votos en contra, 81 a favor y cuatro abstenciones, el 30 de marzo de 2006?

En primer lugar, porque este suceso ha significado un importante retroceso en el proceso de democratización de nuestro país y ha profundizado las condiciones de desigualdad en nuestra sociedad para la expresión y el acceso a los medios y a las tecnologías de la comunicación y la información. Los legisladores se dejaron chantajear e influenciar por el poder de los dueños de los medios electrónicos representados en Televisa y Televisión Azteca atendiendo sólo a los intereses de un sector que históricamente ha tenido una posición privilegiada en la industria de la comunicación. Dejaron de lado la participación de distintos grupos sociales que en los últimos tres años del sexenio del Presidente Vicente Fox<sup>3</sup> se habían manifestado sobre este asunto y habían elaborado propuestas para una Reforma Integral a la Ley Federal de Radio y Televisión y a la de Telecomunicaciones con el propósito de tener un marco jurídico que respondiera de manera más equitativa a las necesidades de cultura, comunicación y expresión de una sociedad cada vez más diversificada como la nuestra. Esas propuestas las hicieron llegar al poder legislativo y no fueron, en ningún sentido, recogidas en las reformas aprobadas. En ambas cámaras la mayoría de los legisladores también ignoró el trabajo de sus propios compañeros que durante varios años del sexenio, integraron la subcomisión que en el Senado se encargó de revisar y elaborar un proyecto de ley sobre la materia. Lo mismo sucedió con los trabajos de la mesa de Diálogo a la que convocó la propia Secretaría de Gobernación al inicio del gobierno para revisar el marco jurídico de los medios de comunicación y que elaboró propuestas para reformarlo.

Las nuevas circunstancias sociales y tecnológicas exigían una reforma integral a las Leyes Federales de Radio y Televisión y a la de Telecomunicaciones, en lugar de eso, lo que se aprobó el 30 de marzo fueron algunas modificaciones, reformas y adiciones de unos cuantos artículos para favorecer los intereses de las empresas hegemónicas de radio y televisión. A la Ley Federal de Telecomunicaciones que está integrada por 74 artículos sólo se le adicionaron dos y se reformaron tres, en el caso de la Ley Federal de Radio y Televisión se incluyeron 13 artículos y se modificaron seis de un total de 106. (Solís, 2005: 292).

---

<sup>1</sup> Palabras del Dr. Roberto Gutiérrez tomadas de la conferencia que dio en la Universidad Metropolitana de Xochimilco el 11 de octubre de 2006.

<sup>2</sup> Tomado de *Ibidem*.

<sup>3</sup> En este texto nos hemos referido sólo al sexenio del Presidente Vicente Fox, pero la demanda e interés de distintos sectores sociales por que haya un marco jurídico que garantice una relación más equitativa entre medios, sociedad y Estado tiene por lo menos veinte años. Esa participación se ha hecho patente en foros y consultas públicas o a través de manifestaciones escritas.

Al poder legislativo no le importó el enojo que manifestaron muy diversos grupos de la sociedad entre ellos cineastas, escritores, periodistas, investigadores, sindicatos, organizaciones sociales, académicas y empresarios independientes quienes hicieron pública su inconformidad por el contenido de esas reformas y por la manera como se llevó a cabo su aprobación en la Cámara de Diputados así como por la cerrazón de gran parte de los senadores que conociendo el debate y sabiendo de las insuficiencias en torno a los contenidos de la iniciativa decidieron respaldarla sin la más mínima modificación a ninguna de las dos leyes.

Por otra parte, es importante detenernos a reflexionar este asunto porque con la aprobación de esas reformas, -a las que conjuntamente se les ha conocido como Ley Televisa-, se establecieron las condiciones del marco jurídico para el desarrollo presente y futuro de una parte significativa de la comunicación en México. También ha quedado definida la manera como los concesionarios de radio y televisión aprovecharán las frecuencias que tienen asignadas para comercializar servicios adicionales como los de telefonía e internet a partir de la convergencia digital. Con la llamada Ley Televisa se ha puesto a discusión la relación entre Estado, medios y ciudadanos, así como las posibilidades de acceso de la sociedad a los medios de comunicación.

La orientación que tienen las actuales Leyes Federales de Radio y Televisión y la de Telecomunicaciones después de las reformas aprobadas está claramente encaminada a:

-Profundizar las condiciones de desigualdad en la relación entre medios y sociedad.

-Reforzar el poder de concentración de la radio y la televisión en básicamente dos grupos: Televisa y Televisión Azteca. En México hay 730 canales de televisión de los cuales operan bajo el régimen de concesión 461 y 269 con el régimen del permiso. Televisa tiene el 56 % del total de las concesiones y Televisión Azteca el 39 % .(Solis, 2005: op.cit). Más aún, a la ya de por sí inequitativa relación entre medios y sociedad, y ante la gran concentración que existe en la propiedad de las concesiones de radio y televisión en muy pocas manos habrá que sumar ahora la concentración de las innovaciones tecnológicas.

-Privilegiar los intereses comerciales de los dueños de estos medios sobre el interés público y social en un contexto ya de por sí poco equitativo y plural. Entre las reformas realizadas está la que establece que las nuevas concesiones serán subastadas y se otorgarán a quien ofrezca más recursos económicos sin importar el proyecto cultural y de comunicación que se pretenda desarrollar.

-Asegurar que no haya competencia de ningún tipo que pueda afectar el poder hegemónico que hoy tienen las empresas de radio y televisión privada.

-Marginar otras opciones de comunicación como las que en muchos casos ofrecen los medios del Estado.

-Desaparecer el tema de los medios públicos.

Es precisamente el tema de los medios públicos uno de los grandes ausentes en el actual marco jurídico de la radio y la televisión. ¿Por qué es importante que en dichas Leyes se incluya el tema de los medios públicos?

Porque en México, la sustentación de verdaderos medios públicos representa la posibilidad que tenemos como sociedad para acceder a una televisión y a una radio de calidad y de contenidos distintos a los de los medios comerciales. Es la opción de constituir un espacio de verdadero debate político y social que revitalice los valores de la cultura democrática y pública.

En nuestro país ha sido habitual identificar con el término de medios públicos a distintos tipos de emisoras como las educativas, las culturales, las indigenistas y otras que pertenecen al gobierno federal, a los gobiernos de los Estados o al poder legislativo y/o judicial y que tienen como característica principal el hecho de estar financiadas con fondos del erario público y que no persiguen fines de lucro. En su mayoría Estos medios funcionan bajo la figura jurídica del permiso. Sin embargo es preferible referirnos aquí a esos medios como medios de propiedad estatal pues consideramos que el hecho de calificarlos como públicos implicaría una serie de condiciones que no han sido cumplidas en nuestro país y que han limitado el desarrollo de verdaderos modelos de servicio público con autonomía política y económica, con participación ciudadana y con un marco jurídico adecuado. Denominarlos, de manera general, medios estatales es también una manera de diferenciar la categoría de medios públicos del concepto que el propio gobierno tiene de estos medios ya que según lo definió la Secretaría de Gobernación en un Acuerdo expedido en diciembre de 2003, para el gobierno los medios públicos son:

“medios de comunicación administrados y operados por el gobierno federal o por gobiernos estatales con recursos públicos. No persiguen fines de lucro. Entre estos se identifican a las emisoras del Instituto Mexicano de la Radio, las emisoras del Sistema de Radiodifusoras Culturales

Indigenistas, Radio Educación, Canal Once del Instituto Politécnico Nacional, Televisión Metropolitana Canal 22 y la red integrada por los sistemas de radio y televisión, ubicados en los diferentes estados de la República Mexicana, así como los que operen y surjan bajo este modelo u otro semejante” (Secretaría de Gobernación, 2003: 3).

Es claro que para el gobierno el concepto de medios públicos se reduce a la administración y al origen público de su financiamiento, pero lo que realmente caracteriza a estos medios no está sólo en el hecho de que económicamente dependan del erario público, sino en las funciones sociales y culturales que realiza. En todo caso, la Secretaría de Gobernación no logró incluir en su definición una de las características principales de estos medios: la función de servicio y su utilidad social.

La discusión más reciente en este campo parece encaminada a entender a los medios públicos como aquellos cuya esencia está en el servicio público por lo que buscan responder a las necesidades de expresión, de información y de entretenimiento de los distintos grupos sociales -de mayorías y minorías- que constituyen a sociedades cada vez más complejas y diversificadas. Estos medios podrán tener estructuras, formas de participación social y esquemas de financiamiento diversos pero no responden a intereses particulares, ni partidarios, ni de gobierno. Se trata de una noción más amplia de lo público que se aleja de otras que concebían a estos medios como nichos o santuarios de la cultura o bien como apéndices del Estado cuya función básica era la construcción de la identidad nacional. Deja de lado también las visiones populistas y paternalistas en torno a la comunicación pública y rechaza la idea de ver en estos medios un instrumento para reforzar la imagen del poder político.

Desde luego que las distintas modalidades que adquiere el concepto de medios públicos ya en su operación real en una determinada sociedad, dependen de las condiciones particulares del contexto sociocultural de cada nación y de la relación que estos medios tengan con la sociedad y con el Estado.

En México, han sido diversas circunstancias las que han impedido el desarrollo de verdaderos modelos de comunicación pública, entre ellas podemos mencionar: a) la inexistencia de un marco jurídico que defina y sustente sus funciones de servicio público y responsabilidad social, b) la ausencia de políticas públicas que respalden el quehacer de estos medios como elementos fundamentales para el desarrollo cultural y democrático de nuestra sociedad, c) la escasa presencia social que las emisoras estatales han logrado en el contexto nacional y regional y d) la dependencia política que muchos de ellos tienen con distintas instancias del gobierno.

En realidad, en México el desarrollo de la televisión estatal ha sido desigual, con aciertos y desaciertos en un contexto de indefinición legislativa y contradicciones políticas y sociales. Se trata de una gran variedad de medios con estructuras y formas de organización diferentes, que operan con figuras jurídicas distintas y dependen para su gestión y administración de diversas instancias del Estado.

Muchos de esos medios han sufrido los vaivenes políticos y han sido presas de los intereses de los gobiernos en turno. Han padecido escasez de recursos económicos, falta de continuidad en sus proyectos, atraso tecnológico y la presión que genera la hegemonía y competencia de los medios comerciales. No obstante las circunstancias adversas muchos de ellos han logrado realizar propuestas interesantes y creativas de comunicación constituyendo una opción para diversos sectores sociales.

Pero todas estas circunstancias no han sido tomadas en cuenta en las reformas a las leyes que nos ocupan, por el contrario, uno de los principales problemas está precisamente en que se mantiene la discrecionalidad y la falta de precisión en las condiciones para el funcionamiento de los medios del Estado que ya existía desde 1960 en la Ley Federal de Radio y Televisión.

En las reformas que se hicieron a la Ley Federal de Radio y Televisión no sólo no se incluyó el tema de los medios públicos sino que se mantuvo el término de medios oficiales. Bajo ese concepto se busca equiparar a una variedad de medios que por sus funciones educativas, culturales y de servicio no podrían ser considerados como medios oficiales sino por el contrario se tendría que garantizar desde la ley su autonomía con respecto al control gubernamental. Pero menos aún, aparece en la Ley el término de medios públicos como tampoco se define la función de servicio público que los medios del estado deberían llevar a cabo.

Otro problema surge de la marginación, que particularmente la Ley Federal de Telecomunicaciones, hace de los medios permisionados, -figura jurídica con la que opera la mayor parte de los medios estatales-, ignorándolos para su incorporación al desarrollo tecnológico. En ningún sentido se plantea el papel que deberían tener ni como se incluirían a los medios del estado en el proceso de cambios tecnológicos que está en puerta. Esta omisión deja a los medios del

estado en condiciones muy difíciles para sobrevivir en el panorama futuro de la comunicación en el país.

Para lo único en lo que si fueron considerados los medios del Estado en dichas leyes fue para imponerles nuevas restricciones y para incrementar la incertidumbre entre quienes deseen solicitar un permiso, pues como se podrá ver en el artículo 20 fracción segunda de la Ley Federal de Radio y Televisión, se aumenta la discrecionalidad con la que actuará la autoridad para otorgar los permisos y se aumentan las condiciones que deberá cumplir la instancia o persona interesada en solicitarlos:

“De considerarlo necesario, la Secretaría podrá sostener entrevistas con los interesados que hubiesen cumplido, en su caso, con los requisitos exigidos, para que aporten información adicional con relación a su solicitud. Lo anterior, sin perjuicio de la demás información que la Secretaría considere necesario recabar de otras autoridades o instancias, para el cabal conocimiento de las características de cada solicitud, del solicitante y de su idoneidad para recibir el permiso de que se trate” (Diario Oficial, 2006: 35)

Contrario a lo que está sucediendo en México, en algunos países de Europa parece haber crecido el interés por renovar y fortalecer los sistemas de televisión pública como un elemento indispensable en la vida democrática y en el desarrollo cultural de las naciones. Esto se puede advertir en la resolución que emitió la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa en enero de 2004. En esa ocasión la Asamblea emitió una Recomendación en la que llamó a los gobiernos de los estados miembros a: “Reafirmar su compromiso para mantener un fuerte y vibrante servicio público de radiodifusión independiente en tanto se adapta a los requerimientos de la era digital.”(Council of Europe, 2004). Asimismo los exhortó a “definir un marco legal apropiado, institucional y financiero para el funcionamiento del servicio público de radiodifusión así como su adaptación y modernización para ajustarse a las necesidades de la audiencia y a los requerimientos de la era digital.”( Council of Europe, ibidem).

Como se puede ver, en el debate internacional, el tema de los medios públicos ha vuelto a ser imprescindible para el desarrollo y consolidación de las democracias modernas y para orientar y equilibrar el desarrollo tecnológico. En México no parece haber esa voluntad política de Estado que permita crear condiciones favorables para el desarrollo de medios públicos. Tampoco parece haber preocupación en muchos de los integrantes de nuestro congreso por cambiar la relación de inequidad que prevalece en el contexto de nuestros medios de comunicación.

Una legislación que pretenda sustentar el desarrollo de medios públicos en nuestro país tendría que incluir al menos estos puntos:

a) Garantizar la gestión de esos canales como entidades de Estado autónomas e independientes del poder político. Sería necesario crear las condiciones para que los canales públicos estén libres de las presiones del poder político y de las condicionantes del mercado para asegurar imparcialidad e independencia en su política editorial.

b) Garantizar y promover ampliamente el acceso y la participación sociales. La presencia de la sociedad en la orientación, evaluación, supervisión y discusión de la televisión pública es uno de los principales fundamentos del quehacer de estos medios. Para ello, en otros países se han instrumentado distintas formas de participación de los ciudadanos en la estructura de gobierno de las radiodifusoras públicas y en los órganos de evaluación de estos medios. También se han buscado formas de incrementar la relación entre los medios y sus audiencias. Más aún, en la discusión actual se plantea cómo lograr una participación social más amplia no sólo en las tareas antes mencionadas sino incluso en la producción y emisión de mensajes así como en la dirección de dichos medios.

c) Establecer la responsabilidad fundamental del Estado en el financiamiento de esos medios y crear las condiciones necesarias para que los medios públicos puedan ampliar sus fuentes de financiamiento, con reglas muy claras, con porcentajes bien definidos respecto a la conformación de los ingresos, así como la creación de mecanismos para la rendición de cuentas sobre el ejercicio de esos fondos.

d) Puntualizar la responsabilidad social y cultural que todo modelo de comunicación pública debe asumir con la sociedad. Para ello deberán señalar con claridad las obligaciones que estos medios deberán cumplir.

Por otra parte los medios del Estado tendrían que hacer una revisión de sus funciones en la transición a verdaderos modelos de servicio público y comprometerse a:

1) Trabajar con transparencia, haciendo un uso adecuado y honesto de los recursos públicos y privados que obtenga.

2) Garantizar una política editorial plural e independiente de intereses particulares, políticos y económicos.

3) Contribuir a la formación de una opinión pública plural y bien informada, proporcionando información veraz, oportuna y equilibrada.

4) Establecer criterios de calidad que orienten la producción y selección de sus contenidos. Así como fomentar la creatividad, la apertura a nuevas formas de expresión artística y cultural.

5) Contribuir al desarrollo de una vida de calidad y bienestar social tomando en cuenta a sectores ignorados o escasamente reconocidos por la televisión comercial: sectores como de la tercera edad, infantil e indígena entre otros. Ser respetuoso de los derechos humanos, la dignidad de las personas y su integridad.

6) Favorecer la cohesión social y promover valores como los de respeto, tolerancia, solidaridad, cooperación, participación y equidad.

7) Condenar la discriminación y la exclusión social, étnica, cultural, política, de género y sexual.

A pesar de que el contexto político ha sido poco favorable para la transición de medios del Estado a medios públicos, es posible señalar que la discusión sobre medios públicos se ha ido ampliando y se ha ido posicionando en la agenda pública. En algunos medios estatales ha existido un renovado interés por discutir y evaluar críticamente sus funciones. Esa actitud para deliberar sobre sus propias tareas no es usual en la industria de la comunicación. Por otro lado, directivos y trabajadores de algunas de las emisoras estatales han reconocido que en México no existen verdaderos modelos de comunicación pública.

La participación que los titulares y trabajadores de varios de los medios del Estado tuvieron en este episodio de discusión y aprobación de la llamada Ley Televisa fue un ejemplo claro los cambios que se están dando en el seno de los medios estatales. Nunca antes los medios del Estado habían alcanzado una presencia pública tan relevante. Tales medios, entre ellos Canal 11, Canal 22, el Instituto Mexicano de la Radio, Radio Educación, se convirtieron en protagonistas de esa discusión empezando por ellos mismos revisando sus funciones y su papel en la sociedad.

Gracias a estos medios el país pudo conocer el lado de la discusión que le ocultaban las grandes televisoras. Este episodio permitió demostrar algunas de las virtudes y sobre todo algunos de los beneficios que para la sociedad significa poder mirar y escuchar perspectivas distintas de la realidad a la que nos ofrece la radio y televisión comercial.

Un hecho histórico en la vida política de México fue la posición que asumió el Instituto Mexicano de la Radio, el 29 de abril de 2006, cuando era ya casi segura la aprobación de las reformas a las leyes relacionadas con los medios electrónicos. Ese día, en las estaciones del Instituto de la Radio se escuchó una sola canción, una diferente en cada emisora, durante 24 horas. Entre la retransmisión de las melodías se escuchaba un mensaje que decía:

“Un país sin pluralidad de medios de comunicación sería como escuchar la misma canción todo el día. Hoy miércoles 29 de marzo sólo transmitimos una canción. Las modificaciones a la Ley de Radio y Televisión reducen la posibilidad de crear opciones, el Instituto Mexicano de la Radio manifiesta su desacuerdo. ¿Tú qué piensas?”.

Hay, sin duda, mayor discusión sobre las funciones de servicio público que deben cumplir los medios del Estado. Cada vez es más claro, no sólo en nuestro país, sino en distintas naciones del mundo, que la estabilidad y evolución de los medios públicos es parte necesaria en la consolidación de las democracias modernas. En México, dejar a los medios del Estado en una situación de marginalidad significará nuevos estancamientos en el desarrollo democrático y cultural de nuestra sociedad. Las democracias requieren de una auténtica diversidad de medios y opciones que, en el campo de la comunicación, los medios privados son evidentemente incapaces de ofrecer.

La libertad de expresión y el derecho a la información son garantías fundamentales para una sociedad que quiere ser democrática, pero para que en verdad la sociedad ejerza en mejores condiciones su derecho expresarse y a informarse es necesario también que el Estado garantice una estructura plural de la comunicación. Esta no se logrará con medios privados ricos en manos de unos cuantos y medios públicos pobres y marginados no sólo del desarrollo tecnológico sino de las políticas públicas del Estado para el desarrollo de la cultura y la comunicación social. Es necesario que se recupere “...el papel del sector público, del Estado, en la provisión de bienes y servicios con propósitos no sólo compensatorios sino de equidad e igualitarismo”. (Cordera, 1992:182)

Es por ello que en el contexto nacional e internacional, tener un marco jurídico que en principio establezca condiciones para un desarrollo más equitativo y plural de los medios electrónicos ha

sido y seguirá siendo para el desarrollo democrático y social de nuestro país una necesidad fundamental.

## **Bibliografía**

1. Council of Europe. Parliamentary Assembly. *Recommendation 1641. Public service broadcasting*. Debate on 27 January 2004. Documento en: <http://assembly.coe.int>
2. Elizondo, Carlos y Bravo Carlos: "Medios y democracia" en *Nexos* No. 308, México, agosto de 2003.
3. Díaz, Nosty Bernardo: Introducción en: Díaz Nosty Bernardo coord. *Informe Anual de la Comunicación 2000-2001. Estado y Tendencias de los medios en España*. Grupo Zeta, Madrid, 2001.
4. Solís, Leeré Beatriz: "Condenados a escuchar una sola canción. Las reformas a las Leyes Federales de Telecomunicaciones y Radio y Televisión" en *Versión* No. 16, UAM-X, México, 2005.
5. Secretaría de Gobernación, Acuerdo por el que se establecen los lineamientos que orientan a las dependencias y entidades de la administración pública federal en cuanto a sus estrategias generales para la orientación, planeación, autorización coordinación, supervisión y evaluación de las estrategias, los programas y las campañas de orientación social de las dependencias y entidades de la administración pública federal", *Diario Oficial*, 26 de diciembre de 2003.
6. Trejo, Delarbre Raúl: "Una Ley para Televisa. Crónica de una regresión política.", mimeo, México, 2006
7. Camps, Victoria: "Tiranías de la televisión", en Bernardo Díaz Nosty, director, *Tendencias 06. Medios de comunicación. El año de la televisión*. Fundación Telefónica, Madrid, 2006.
8. Cordera, Rolando: "Sobre la actualidad del reformismo" en *América Latina: crítica del neoliberalismo*. CEPNA, México, 1992.