



Asociación Mexicana de Investigadores
de la Comunicación A.C.

Los medios públicos en la reforma constitucional y la iniciativa de ley

Postura de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC,AC)

Señoras y señores legisladores:

Los medios de comunicación son un reflejo del sistema político. Si hay prácticas democráticas, pluralismo, salvaguarda de los derechos humanos y reglas claras para todos, es más proclive que los medios estén institucionalmente regulados y también busquen “auto regularse” y adaptarse –más por conveniencia y supervivencia que por vocación– a los valores políticos socialmente compartidos.

Lo contrario también es válido: si campea el autoritarismo, la discriminación, el clientelismo regulatorio y el desprecio a la libertad de expresión, será un campo propicio para que los medios ejerzan la exclusión, la censura, los obstáculos competitivos y todo tipo de prácticas comerciales e informativas contrarias a los mejores cánones internacionales, ampliamente estudiados y conocidos por los especialistas y expertos de la comunicación.

Lo mismo ocurre con los llamados “medios públicos”, tan invocados como ignorados. Tan retóricamente defendidos como jurídicamente dejados de lado.

A diferencia de lo que sostiene la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, los medios públicos no constituyen una competencia sino que un equilibrio, un contrapeso necesario y hasta un complemento a las ofertas de radiodifusión comercial. Existen temas, posturas, visiones de la realidad y expresiones culturales

que los medios privados simplemente no abordan porque no entran dentro de su modelo de negocio ni les generan dividendos económicos.

En cambio, todo Estado democrático posee medios públicos que salvaguardan el servicio público de radiodifusión y se hacen cargo de la diversidad cultural y la pluralidad de expresiones de una sociedad. Su función no es comercial sino social. Su beneficio no es el lucro sino el incremento del nivel cultural y educativo de la población.

Por ello, los medios públicos requieren 1) un marco jurídico que los reconozca; 2) un presupuesto público que los financie; 3) un discurso político al más alto nivel que los apoye; 4) una Junta de Gobierno no oficialista que los rija y los administre con transparencia y rendición de cuentas; 5) un Consejo Ciudadano científico con integración plural y multidisciplinaria con decisiones vinculantes en la programación y los contenidos; 6) mecanismos de autofinanciamiento que apoyen su sustentabilidad económica; 7) figuras mediadoras y normativas que salvaguarden los derechos de las audiencias, y 8) una audiencia crítica que valore y reconozca su función social, la defienda, la exija y la cuestione.

La reforma constitucional en materia de telecomunicaciones y radiodifusión (publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2013) recupera a los medios públicos. Por una parte, el artículo 28 constitucional y el tercero transitorio de la reforma los homologa como concesiones de uso público (antes requerían permiso, una figura jurídica que los discriminaba de principio). Por otra parte, el artículo sexto constitucional ordena la creación de un organismo público de radiodifusión descentralizado, con autonomía técnica, operativa, de decisión y de gestión.

Este organismo público tendrá por objeto proveer el servicio de radiodifusión sin fines de lucro, a efecto de asegurar el acceso al mayor número de personas en cada una de las entidades de la Federación, a contenidos que promuevan la integración nacional, la formación educativa, cultural y cívica, la igualdad entre mujeres y hombres, la difusión de información imparcial, objetiva, oportuna y veraz del acontecer nacional e internacional, y dar espacio a las obras de producción independiente, así como a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad.

Hasta aquí, en la parte dogmática de la Constitución todo iba relativamente bien, pero el paquete de la iniciativa de Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión que presentó el Ejecutivo Federal en marzo pasado introdujo diversas preocupaciones, de las cuales no escapan los medios públicos, que no terminan de asentarse y de reconocerse plenamente en el sistema jurídico mexicano.

El Presidente de la República propone una Ley del Sistema Público de Radiodifusión de México, de cuya lectura se desprenden esquemas inaceptables y claramente regresivos para un régimen democrático de la comunicación en México.

A continuación enumeramos cada uno de ellos dado que la AMIC, cuerpo colegiado de los investigadores de la comunicación en nuestro país, espera que el conocimiento acumulado que ya se tiene permita normar de mejor manera las decisiones del Poder Legislativo.

Primero. La ley crea el Sistema Público de Radiodifusión de México (el cual sustituirá al actual Organismo Promotor de Medios Audiovisuales, OPMA) pero lo sectoriza a la Secretaría de Gobernación. Este es sin duda el aspecto más regresivo de toda la propuesta. Los medios públicos, para cumplir su función social y el servicio público de radiodifusión deben ser realmente independientes del gobierno en turno. Lo contrario atenta contra los derechos democráticos de libertad de expresión y derecho a la información.

El Sistema Público de Radiodifusión de México no debe estar sectorizado a ninguna dependencia de la Administración Pública Federal sino definirse sólo como descentralizado. Así, no se corre el riesgo de que, vía el Sistema Público de Radiodifusión, la Segob opine sobre el contenido programático y la función de otros medios públicos, como señala con desatino el artículo 11 inciso X de la Ley del Sistema Público de Radiodifusión de México.

En la exposición de motivos de la iniciativa de ley del Ejecutivo Federal se mencionan los modelos de la BBC del Reino Unido, la PBS estadounidense, la CBC canadiense y RTVE de España. Sin embargo, ninguno de esos sistemas depende ni mucho menos está supeditado al Ministerio del Interior (el equivalente a la Secretaría de Gobernación) sino que son independientes e imparciales. Esa es la auténtica naturaleza de los medios públicos.

En este sentido, la mencionada ley que crea el Sistema Público de Radiodifusión de México se opone a la Constitución porque coloca en manos de la principal institución política del país el control del Sistema y de los demás medios públicos, anulando en los hechos su autonomía técnica, operativa, de decisión o de gestión que plantea la ley, y afectando el derecho fundamental a la información y la libertad de expresión.

Segundo. La iniciativa no señala con claridad la facultad del sistema de comercializar espacios sin fines de lucro y sobre todo sin afectar su función social ni sus principios rectores, como ocurrió con RTVE de España cuando el Parlamento ibérico autorizó

al sistema la venta de espacios publicitarios para tratar de resolver la crisis financiera por la que todavía atraviesa. Para regular de comercialización deben definirse límites mediante porcentajes claros que no pueden ser superiores al 50 por ciento de los tiempos de comercialización de los medios privados.

Para que los medios públicos sigan siendo sin fines de lucro los ingresos por venta de espacios y patrocinios y otros productos y servicios deben reinvertirse íntegramente en las actividades que generan más costos en la industria audiovisual: la producción de contenidos y modernización de infraestructura; asimismo, para su tránsito a las nuevas tecnologías digitales y la oferta de servicios de telecomunicaciones.

La BBC invierte 75 centavos de cada libra que obtiene por concepto de licencias en contenidos y en tecnología para su producción. Todo medio público en las sociedades democráticas tiene posibilidades de obtener ingresos adicionales para fortalecer sus funciones. Considérese, por ejemplo, que entre las facultades del Sistema Público de Radiodifusión se encuentra “preservar y difundir los acervos audiovisuales de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal”, lo cual demanda cuantiosos recursos. ¿Las dependencias de la Administración Pública Federal van a aportar el dinero para esta obligación? Si es así, no está mencionado en la ley; si no, claramente requiere mecanismos de autofinanciamiento para hacerse de recursos extraordinarios.

La función que tienen estos ingresos adicionales es complementar el financiamiento público pero de ninguna manera sustituirlo. Se trata de un esquema mixto que permita incrementar la calidad de los contenidos y eventualmente distribuir las señales y los contenidos para obtener ingresos de su venta. La posibilidad de comercializar espacios debiera estar claramente mencionada en el capítulo del patrimonio del Sistema en la ley mencionada.

Tercero. La pérdida de independencia del Sistema Público de Radiodifusión de México se corrobora con la forma como la ley integra la Junta de Gobierno: el Presidente del Sistema, un representante por cada una de las secretarías de Gobernación, Educación Pública y Salud, más tres representantes del Consejo Ciudadano. Es decir, la Junta de Gobierno queda integrada por tres representantes del Consejo Ciudadano y una mayoría gubernamental de cuatro miembros, considerando que el presidente del Sistema es propuesto por el Ejecutivo Federal, aunque sea ratificado por dos terceras partes del Senado. Para efectos prácticos, son las posiciones oficiales (es decir, políticas) y no las ciudadanas-científicas las que tienen un peso específico en las decisiones de la Junta de Gobierno. Lo anterior es un retroceso.

En el artículo 14 referido a la Junta de Gobierno se plantea que “la Presidencia de la Junta de Gobierno estará a cargo de uno de los representantes del Gobierno Federal, elegido por mayoría de votos entre los mismos”. Es decir, la Junta de Gobierno (que es la autoridad suprema, según la ley) estará presidida cada dos años por Gobernación, Educación o Salud, y así sucesivamente. Este punto resulta absolutamente inaceptable porque constituye una intromisión directa, indebida e innecesaria del gobierno en turno. Tal y como está planteado en la ley, el gobierno resulta ser la “autoridad suprema” del Sistema Público de Radiodifusión.

Por lo tanto, el Presidente de la Junta de Gobierno debe ser al mismo tiempo el Presidente del Sistema Público de Radiodifusión y no debe existir ninguna otra representación gubernamental, pues el Presidente del Sistema ya fue propuesto por el Ejecutivo Federal. Para tratar asuntos que competan a educación, salud y otros temas, precisamente para eso se cuenta con el Consejo Ciudadano.

Cuarto. El Consejo Ciudadano no debe ser un ente de notables, más emblemático que eficiente, sino un cuerpo colegiado integrado por científicos de la comunicación social y otras disciplinas que coadyuven al cumplimiento de la función social, los principios rectores y las atribuciones del Sistema y los medios públicos.

En este sentido, es un error plasmado desde la Carta Magna que los miembros del Consejo Ciudadano no reciban un ingreso por su trabajo, pues se requiere una dedicación casi de tiempo completo para “monitorear” el Sistema y los medios públicos. De lo contrario, se corre el riesgo de que los miembros del Consejo Ciudadano sean figuras emblemáticas y sólo busquen lucir su currícula u obtener créditos académicos y eventualmente políticos. La experiencia de otros consejos ciudadanos de medios públicos identifica ausentismos y falta de compromiso. Esas falencias son nocivas para la elevada función social de los medios públicos. Se requieren profesionales dedicados a velar por la función social del medio, con vinculación directa en los contenidos y la programación, de manera que contribuyan colectivamente a incrementar no sólo la calidad de las producciones sino el nivel cultural y de conocimiento de la población.

Si es verdad, como se dice, que lo que construye la Secretaría de Educación Pública en la mañana lo destruyen en la tarde las televisoras privadas, con su obstinada tendencia a mal-educar a la población –como ha señalado el politólogo italiano Michelangelo Bovero–, entonces asumamos la responsabilidad y hagamos que los medios públicos equilibren, sean el contrapeso al deterioro cultural y educativo que propician los medios comerciales. El servicio público de radiodifusión tiene entre sus funciones

aportar contenidos que eleven el nivel cultural y educativo de sus audiencias, y que por esta acción se contribuya al bienestar de la población, el desarrollo y la integración del país.

En resumen, la AMIC dice sí a los medios públicos y a la confianza en ellos, sí a la creación del Sistema Público de Radiodifusión de México; no a su sectorización a la Secretaría de Gobernación. No, nunca más, los medios públicos bajo el control del gobierno en turno.

México ,D.F., a 23 de junio de 2014.

ATENTAMENTE,

Dra. María Elena Meneses
Comité Ejecutivo 2013-2015
Presidenta



Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, AC
San Borja #1358, Col Vértiz Narvarte, CP 3600, México, D.F
Teléfono y Fax: 01(55)53351916
Correo: amic.contacto@gmail.com
Sitio web: <http://www.amicmexico.org>