



TERCER CONGRESO INTERNACIONAL

REGULACIÓN Y FUTURO DIGITAL
DE LOS MEDIOS PÚBLICOS



memorias



La Red de Radiodifusoras y Televisoras
Educativas y Culturales de México, A.C.



2007, La Red de Radiodifusoras y Televisoras
Educativas y Culturales de México, A.C.
Atletas No.2 Edificio Luis Buñuel 302 B,
Colonia Country Club, Delegación Coyoacán
C.P. 04220 México D.F.

Impreso y hecho en México / *Printed and made in México*

Índice

• <i>Introducción</i>	5
• <i>Ceremonia Inaugural</i>	9
• <i>Mesa 1</i>	21
<i>La garantía jurídica de la independencia y la participación social en los medios públicos.</i>	
Con la participación de Paulo Markun, John Dickie y Tom Koch.	
• <i>Mesa 2</i>	47
<i>El marco regulador de los medios públicos.</i>	
Con la participación de André de Margerie, Mari Stanley Dennehy y Frank Priess.	
• <i>Retos de los medios públicos frente a la convergencia digital</i>	69
<i>Conferencia desarrollada por Marius Dragomir.</i>	
• <i>Mesa 3</i>	85
<i>Retos Digitales en México.</i>	
Con la participación de Alejandro Pisanty y Gabriel Sosa Plata.	
• <i>Mesa 4</i>	105
<i>Organización y Financiación de los Medios Públicos.</i>	
Con la participación de Reinhard Scolik, José Zepeda y Neil Mundy.	
• <i>Mesa 5</i>	131
<i>Los medios públicos y el desafío de su marco jurídico.</i>	
Con la participación de Ernesto Velázquez Briseño y Alejandro Madrazo.	
• <i>La Censura Sutil en los medios de comunicación</i>	155
<i>Conferencia desarrollada por Roberto Saba.</i>	
• <i>Servicios digitales en los medios de comunicación públicos</i>	175
<i>Conferencia desarrollada por Carlos Villalobos Villalobos.</i>	
• <i>Los nuevos tiempos históricos para los medios de comunicación de servicio público en México (Relatoría)</i>	189
• <i>Participantes</i>	207



**TERCER CONGRESO
INTERNACIONAL**

REGULACIÓN Y FUTURO DIGITAL
DE LOS MEDIOS PÚBLICOS

*Los nuevos tiempos históricos
para los medios de comunicación
de servicio público en México*

(Relatoría)



La Red de Radiodifusoras y Televisoras
Educativas y Culturales de México, A.C.

Los nuevos tiempos históricos para los medios de comunicación de servicio público en México (Relatoría)

Javier Esteinou Madrid

En un nuevo marco de transición pacífica a la democracia nacional donde la Suprema Corte de Justicia de la Nación detuvo el avance del viejo modelo de difusión colectiva al declarar inconstitucional la abusiva *Ley Televisa*, y donde el Congreso de la Unión aprobó la *Reforma Política* que introdujo reglas modernas para la comunicación política en México que introdujeron bases para crear otro sistema de comunicación social; se inauguró un nuevo tiempo de cambio mexicano en el terreno de la comunicación colectiva que sirvió de marco histórico para celebrar en la Ciudad de México el 27 y 28 de septiembre del 2007 el *Tercer Congreso Internacional de Medios Públicos* con el tema “Regulación y Futuro Digital de los Medios Públicos”.

Dicho evento congregó a especialistas de 9 países, representantes de los 49 sistemas de comunicación de servicio público en México, delegados de los principales canales públicos del mundo y abordó temas como la garantía jurídica de los medios de Estado, la participación social dentro del espectro radioeléctrico, el marco regulador, los retos ante la convergencia digital, su financiamiento, los servicios digitales, la censura sutil y las alternativas jurídicas para respaldar la radiodifusión educativa, cultural, científica y social de calidad.

A lo largo del fecundo encuentro se presentaron múltiples diagnósticos y propuestas que intentaron reconstruir el rompecabezas que distingue la problemática actual y futura de los medios de comunicación de servicio público en México y en el mundo en general. El conjunto de masa de pensamiento generada estuvo atravesada por las siguientes grandes 6 macro lógicas de reconocimiento y reflexión que delimitaron nuestro horizonte de visión:

- 1.- Vivimos un mundo inestable producido por el rapidísimo cambio que permanentemente introduce la sociedad de la información.

2.- Es necesario encontrar mecanismos que nos permitan apropiarnos de dicho nuevo fenómeno social como sujetos protagónicos y no como masas víctimas del desarrollo.

3.- Es indispensable que el Estado abandone su posición derrotista y recobre su función líder rectora en este nuevo proceso de transformación de la historia nacional y mundial.

4.- Existe el sentimiento expandido que el viejo orden de la comunicación ya no da respuestas a los desafíos elementales de interacción de las sociedades de principios del nuevo milenio.

5.- Es urgente poder utilizar los avances de la transición tecnológica para construir mayores niveles de justicia, democracia y equilibrios para la sobrevivencia colectiva.

6.- Finalmente, la sociedad puede cambiar sus propios sistemas de comunicación en la medida en que toma conciencia sobre ello y se organiza para lograrlo.

Dentro de estas grandes perspectivas de reflexión destacó de forma sobresaliente que hoy estamos en el momento psíquico de exponer más problemas, inquietudes y preguntas, que la formulación de las soluciones o alternativas para resolver cada una de las situaciones localizadas.

Ello reveló que la realidad de la comunicación del servicio público en la actualidad se encuentra en la etapa de construcción civilizatoria y no en una fase de cristalización institucional ya consolidada. Es decir, el evento comprobó que somos una sociedad moderna de gran velocidad que corre, corre, corre y corre..., sin saber detrás de lo que corre, sólo sabe que tiene que seguir corriendo dentro del vértigo de la posmodernidad informativa para poder sobrevivir.

Dentro de los principales diagnósticos expuestos por los participantes figuraron, entre otros, los siguientes 26 aspectos:

En el ámbito del cambio tecnológico.

1.- El futuro digital con la convergencia, no hay que esperarlo para los próximos años, sino que ya lo tenemos aquí presente inmerso en nuestras vidas cotidianas generando rapidísimas

y drásticas repercusiones económicas, políticas, sociales y culturales que no hemos podido asimilar, ni orientar con la rapidez que progresan. La realidad tecnológica evoluciona infinitamente más veloz que la capacidad de asimilación, pensamiento, crítica y respuesta que produce la sociedad.

2.- El fenómeno de la convergencia y la digitalización es una realidad muy compleja que ha introducido nuevos problemas y desafíos que han transformado sustancialmente a los medios tradicionales de difusión: Nuestra televisión ya dejó de ser sólo televisión convirtiéndose en una terminal integral de la sociedad de la información; la radio es cualquier realidad menos lo que ahora entendemos por radio tradicional. El horario "Triple A" ya no es el tiempo convencional de las 8 a las 10 de la noche, sino el de las 7 de la mañana cuando las personas abren su correo para recibir su información vía el correo electrónico y mirar las recientes noticias a través de la red, etc.

3.- A través de la revolución de las tecnologías de información, no sólo se modifica la base material a través de la cual se realizan los procesos de creación, distribución y asimilación de la información en la sociedad, sino que paralelamente también se produce una profunda transformación de las estructuras de poder que llegan hasta el grado de mutar el esqueleto que estructura a los Estados nacionales para dar origen a nuevas topologías de Estados mediáticos que no han sido comprendidos, ni conceptualizados por el análisis crítico de la sociedad.

4.- La revolución tecnológica modificó el sentido de la propiedad, la regulación, la estética, la objetividad, el derecho intelectual, la participación de las comunidades humanas, es decir, transformó la vida, generando una nueva atmósfera virtual que ha creado la nueva video-vida cotidiana a través de la cual nos relacionamos y adquirimos el sentido de nuestra existencia.

5.- En la nueva sociedad de la información vivimos una sobre oferta informativa y una suboferta de participación de los grupos sociales para generar contenidos multiculturales

distintos a través de los cuales nos vinculamos como células funcionales para operar socialmente.

6.- El cambio digital le está dando a la sociedad contemporánea la liberación del radioespectro, y con ello, da la posibilidad de abrir o ampliar nuevos espacios colectivos de interactividad grupal, vía las tecnologías de comunicación. Por lo tanto, a través de este proceso se creó un nuevo espacio público de vinculación social mediante el cual, cada vez más, los sujetos nos integramos como comunidades. Por ello, todos los individuos deben tener la posibilidad de acceder a éste espacio como un nuevo derecho ciudadano fundamental para existir socialmente.

7.- El fenómeno de la digitalización ha transformando la calidad y cantidad de los emisores y los productos culturales que se generan vía las tecnologías de información masiva. El desafío para el futuro ya no será perfeccionar las tecnologías de la información, sino cómo producir contenidos de alta calidad simbólica que justifiquen la existencia de la nueva abundancia de emisores que introduce el cambio tecnológico y no que se produzca un retroceso mental, ético y espiritual de los espectadores por la degeneración de los mensajes.

8.- En las próximas décadas lo central ya no será el acceso a las tecnologías de información, sino la producción de contenidos con fuerte nivel de calidad competitiva. En este terreno la *Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales A.C.* tiene la gran posibilidad de intervención cultural para nutrir los nuevos espacios mediáticos con alimentos educativos, artísticos, literarios, científicos, etc; que sean de naturaleza abierta, pluri ideológicos y críticos de gran competencia mental y afectiva.

A nivel de reglamentación de la transición digital.

9.- Los marcos regulatorios en el terreno informativo no son estructuras burocráticas que obstaculizan la vida institucional de los medios, sino que al contrario son los instrumentos que definen el pacto civilizatorio que se establece entre el Estado, los concesionarios y la sociedad para convivir con reglas claras de interacción.

10.- En la definición de las políticas colectivas de transición digital se requiere mucha participación de todos los actores sociales. Así, a nivel externo, deben intervenir sustantivamente los Estados nacionales para que dichas directrices no sean definidas predominantemente por los intereses de los grandes consorcios de la sociedad de la información; y a nivel interno, debe participar medularmente la sociedad civil para que con la nueva transición tecnológica no se edifique una modernización del orden autoritario, excluyente y hermético que margine al México profundo. El sentido medular de la revolución tecnológica debe crear una nueva igualdad y justicia comunicativa, y no una moderna esclavitud ciudadana a los nuevos monopolios de la virtualidad mediática.

11.- En el proceso global y local de evolución tecnológica, es fundamental que los países cuenten con mecanismos legales que impidan la concentración en la cadena digital, pues de otra forma se volverán a crear mega oligopolios de la información que se transformarán en poderes neo fácticos, cada vez, más difíciles de ser regulados por los instrumentos normativos de los Estados nacionales y de la sociedad civil.

12.- En nuestro país sistemáticamente ha existido una falta de política pública para regular el cambio tecnológico que ha provocado la existencia y continuidad de grandes desigualdades comunicativas que impiden el desarrollo colectivo con igualdad de oportunidades. Por ejemplo, empresas reguladas constitucionalmente por el Estado, como fueron Televisa y Televisión Azteca, introdujeron en el sexenio del ex presidente Vicente Fox Quezada, una ley unilateral que pretendió convertirlos en sectores más dominantes de lo que ya eran, incluso al grado de subordinar la soberanía del Estado mexicano a los caprichos del poder mediático. En el nuevo gobierno de Felipe Calderón tampoco existió una política pública social como directriz de Estado para el desarrollo de la radio y la televisión digital, sino que se dejó la definición de dicho estándar tecnológico a la dinámica de la mano invisible de las leyes monopólicas del mercado comunicativo. Tampoco ha existido una política estatal de digitalización que permita que los beneficios del

cambio tecnológico se empleen para generar ganancias sociales homogéneas de las comunidades y no sólo realizar para eficientes negocios privados.

En relación a estructura de comunicación dominante

13.- Existe una tendencia contrapuesta muy marcada en la dinámica del poder que, por una parte, busca controlar a los medios de información para que respalden y legitimen sus proyectos de gobierno; y por otra, una inclinación a que los medios dicten las agendas públicas que organizan y dirigen a la sociedad al grado que logran subordinar al Estado para que éste acepte las presiones mediáticas que le imponen los poderes fácticos de la información.

14.- Para avanzar en el proceso de construcción de la democracia en México es indispensable terminar con el prototipo de difusión duopólico, concentrador, discrecional, unilateral y anticompetitivo; y apoyar la expansión fortalecida del modelo de comunicación de servicio público que cristaliza las tareas medulares del Estado para construir la nación, vía la comunicación social.

15.- El sistema de comunicación electrónica en la sociedad mexicana en el fondo no es más que una misma voz dominante unilateral que difunde el pensamiento único que impide la existencia de la pluralidad, la apertura y la participación en el campo de la comunicación social. De aquí, la importancia de fortalecer el modelo de comunicación de servicio público en México como un recurso que equilibre la desigualdad comunicativa.

Sobre la función de los medios de comunicación de servicio público

16.- El sentido de la existencia de los medios de servicio público no es ser una competencia para los medios comerciales privados, sino son una realidad comunicativa complementaria para que se realicen las funciones de gobernabilidad del Estado, ya que dichas tareas no son cubiertas por la esencia de los canales comerciales, cuyo programa central es la realización del negocio.

17.- En la actualidad los principales obstáculos para el avance de los medios públicos en México son, en primer término, la carencia de una legislación precisa que facilite el ejercicio de sus funciones específicas de Estado; en segundo término, la fuerte tentación constante a renunciar a su función de medio de comunicación de servicio público para convertirse en una mala copia de los canales comerciales; en tercer lugar, su dependencia del poder gubernamental; y en cuarto lugar, a un deficiente marco normativo que no permite su financiamiento autónomo como medios de Estado.

18.- México ha conservado la lamentable tradición política de no contar con un marco jurídico adecuado que respalde la tarea de los medios de transmisión públicos, que le garanticen su independencia editorial, seguridad financiera, participación social y pluralidad informativa. Dicha situación ha ocasionado un permanente peligro pues los coloca en una situación de vulnerabilidad que oscila desde la censura y la anemia financiera; hasta la desaparición institucional, con el fuerte daño social que ello conlleva.

19.- Paradójicamente, por falta de una filosofía y normatividad avanzada sobre la comunicación de servicio público en México, los medios con cargo al erario, en muchos casos, se han confundido automáticamente como medios públicos, sin que rigurosamente cuenten con dicha naturaleza, ni vocación, ni con el proyecto de servicio público respectivo. Debido a ello, el que casualmente alcancen un comportamiento comunicativo de servicio público de Estado depende de la buena voluntad o disposición coyuntural que casualmente aporte cada director en turno y no de su estructura jurídica que los reconozca como tales.

20.- Es necesario estar alertas ante el avance del pensamiento tecnocrático que ha impulsado la dinámica del mercado desregulado en México y América Latina que difunde la idea que el que las instancias gubernamentales gasten

presupuestos importantes en los proyectos de comunicación de servicio público, se considera una erogación decorativa, no rentable que no genera resultados sociales relevantes que justifiquen su sostenimiento. Bajo esta óptica del Estado tecnocrático la comunicación de servicio público es vista como un desperdicio que hay que limitar o suprimir.

21.- En contra del argumento muy corriente que difunde la filosofía del mercado que postula que la comunicación gubernamental de servicio público es aburrida, ineficiente, pesada, desacertada, costosa, burocrática, etc; los proyectos de comunicación que han producido los medios de difusión públicos mexicanos han demostrado que lo que educa, también puede ser muy atractivo para los auditorios y rentable para los gobiernos.

22.- Los medios públicos no deben deformar su función social de comunicación de servicio por el desafío que implica la conquista del rating, pues su función no debe ser medida con los criterios mercantiles de la comunicación comercial, sino con indicadores de fomento al crecimiento social. Por consiguiente no se deben guiar con los criterios de la penetración comercial, sino con las directrices de influir comunitariamente para detonar el desarrollo social. La finalidad primordial de los medios públicos deberá ser transmitir contenidos educativos, culturales, científicos, sociales e informativos de calidad.

23.- La convergencia tecnológica les permite ofrecer a los medios de información privados un cúmulo de servicios agregados de telecomunicaciones que actualmente se concretizan en el *Triple Play* el cual ofrece simultáneamente servicios de Internet, video a demanda, telefonía, transmisión de datos, alta definición, etc. Sin embargo, hasta el momento los medios de comunicación de servicio público no pueden ofrecer dichos servicios agregados, pues no se les ha otorgado el estatuto jurídico y tecnológico adecuados para proporcionárselos, lo cual, es inconstitucional, pues no permite la competencia y crea muchas desigualdades sociales.

Esto es equivalente a que sólo se legislara que la luz eléctrica puede llegar hasta un límite físico en las comunidades, y después de ese margen sólo se continuara con la luz de las velas y los destellos de los rayos de la Luna para iluminar a las comunidades.

24.- La modernización del proyecto de comunicación del país no se podrá lograr si no se les da un lugar protagónico a los medios de comunicación de servicio público, pues a través de estos se realizan funciones cívicas, culturales, educativas y científicas compensatorias que tiene que ejecutar el Estado para gobernar con equilibrios mínimos de estabilidad.

25.- Mientras que en México y América Latina ha quedado muy claro el aprovechamiento que harán los medios comerciales con la convergencia tecnológica, los medios públicos poco han explorado las posibilidades y beneficios que les podría aportar esta transición tecnológica para impulsar la educación, la cultura y la participación ciudadana.

26.- No puede existir soberanía cultural y comunicativa de los medios de servicio público, sin independencia económica. De aquí, la relevancia de establecer nuevas formas jurídicas de financiamiento de la comunicación de servicio público que ejecutan tareas estratégicas de Estado en el ámbito de la cultura la educación y la identidad nacional.

Entre las propuestas mas relevantes que se expusieron en el evento para resolver algunos de los problemas localizados, destacaron, entre otras, los siguientes 16 planteamientos:

1.- La radiodifusión es un servicio público independientemente de quien la ejerza y por el medio tecnológico que se ejecute. Por ello, toda la actividad debe quedar regulada por el Estado para responder al bien común y evitar funcionamientos salvajes sin normatividad que le permitan operar desequilibradamente.

2.- Los verdaderos medios de servicio públicos reflejan la energía de toda una nación y desempeñan un lugar altamente estratégico en el desarrollo de la sociedad. Por lo cual, la desaparición de cada uno de ellos es tan delicada y costosa como es la anulación de una escuela, de un puente, de un hospital, de una biblioteca o hasta de una iglesia. Son instituciones que forman parte del engranaje fundamental de la sociedad. Debido a ello, hay que protegerlos legislativamente y brindarles todos los apoyos para que puedan ejercer sus funciones estructurales del Estado en el seno de las comunidades.

3.- Es necesario contar con un nuevo marco jurídico que transforme a los canales públicos de ser instituciones de propaganda del gobernador, partido, funcionario, o jefe en turno, para convertirse en auténticos medios de comunicación de Estado de servicio público. La sociedad mexicana quiere medios públicos no medios oficiales, es decir, instituciones que permitan ser espacios de difusión de contenidos en beneficio del público y de las comunidades, y no de los intereses oficiales, del gobierno, de la burocracia o de los funcionarios en turno.

4.- Para evitar que los medios de servicio público se conviertan en empresas oficiales se debe crear una cultura ciudadana que exija que los medios públicos funcionen con fines de servicio colectivo para el beneficio global de las comunidades. Sin este respaldo de conciencia será más difícil conservarlos a largo plazo como instituciones de desarrollo comunitario.

5.- Los verdaderos medios públicos no deben considerarse como negocios culturales que es una concepción que proviene de la visión lucrativa de la comunicación, pues ello desnaturaliza su esencia de medios de Estado, sino como herramientas culturales que contribuyen a propiciar el desarrollo social.

6.- Las características de los medios públicos deben ser su independencia editorial, autonomía financiera, participación ciudadana en contenidos y en órgano de gobierno, transparencia y rendición de cuentas en cuanto a sus finanzas y contenidos.

7.- El desafío de la revolución tecnológica en el ámbito informativo a principios del siglo XXI es convertir al emisor en receptor y al receptor en emisor. Por ello, hay que garantizar el acceso a las nuevas tecnologías sin exclusiones de sectores. Esto es, crear una verdadera sociedad de la comunicación y no sólo de la información que es la etapa histórica en la que paradójicamente todavía permanecemos como conjunto social después de 87 años del surgimiento de la radio, 57 años de la presencia de la televisión y ¿37? años de impacto de Internet en México: Hoy todavía se generan procesos de información y no dinámicas de comunicación.

8.- Para contar con verdaderos medios de comunicación de servicio público en México se debe elaborar una nueva reglamentación que defina entre otras las siguientes situaciones:

- Su naturaleza debe mantener los objetivos de propiciar la libertad, la pluralidad, la independencia, el debate, la formación de identidad nacional, impulsar el desarrollo del hombre, respaldar la educación, crear ciudadanía, fomentar el pensamiento crítico, la participación nuclear, la inclusión social, etc, en una idea, convertirse en palancas de desarrollo comunitario.
- Deben ser una herramienta permanente para el ejercicio del Derecho a la Información.
- Es necesario que sean diseñados de forma independiente al gobierno para cumplir con su misión de comunicación de Estado y no de gobierno.
- Para alcanzar su eficacia, deben contar con una cultura de comunicación del servicio público y no continuar con la mentalidad rentista del mercado.
- Deben luchar por la imparcialidad y objetividad del conocimiento dando voces a todos los sectores sociales, evitando transformarse en portavoces de intereses particulares.

- Los titulares deben ser nombrados con base en su perfil profesional en el campo del servicio público y no por el compadrazgo político que fomenta la discrecionalidad comunicativa.
- Deben ser fiscalizados por la sociedad para garantizar su independencia y operación de calidad.
- Es necesario prohibir que la comunicación de servicio público apoye a un partido, candidato, funcionario o ideología específica que deforman su naturaleza de Estado y los convierte en herramientas de lucha política parcializada. Porello, deben mantenerse como instituciones éticas imparciales para cumplir con su función virtuosa de construir equilibrios culturales para la sana convivencia colectiva y no generadores de enfrentamientos sociales.
- Se requiere contar con normas de penalización jurídica para que el empleo incorrecto de los medios públicos para el beneficio político particular, sea impedido y castigado severamente en caso que se practique; pues además de ser contraria a la naturaleza del servicio público, vicia los procesos electorales, hasta poder ocasionar su anulación con graves consecuencias sociales.

9.- Con el fin de avanzar en la construcción del nuevo proyecto digital de los medios públicos y de los servicios colectivos que de aquí se deriven en México, se deben revisar comparativamente las experiencias internacionales de los sistemas públicos para retomar los mejores avances mundiales con el fin de aplicarlas a la situación nacional.

10.- Siguiendo la experiencia internacional, la radiodifusión pública además de recibir subsidio por parte del Estado para poder existir, debe contar con el marco jurídico apropiado que le permita comercializar sus productos y servicios para enfrentar el desafío de la competencia informativa que demandan los auditorios.

11.- Las fuentes de financiación básica de los medios públicos deberán ser, entre otras, las siguientes: la comercialización no lucrativa de tiempo aire, venta de productos y servicios,

patrocinios, donaciones, presupuesto público, ingresos por derechos de autor, la deducción fiscal para impulsar la producción audiovisual, y fórmulas novedosas para el fomento de la producción, incluyendo la distribución de fondos mediante concursos públicos y abiertos.

12.- Una forma complementaria para resolver la sustentabilidad financiera de los canales públicos en Europa, especialmente en Inglaterra, Alemania y Francia, fue el pago de cuotas mensuales obligatorias que los gobiernos nacionales fijaron a los receptores por el uso de cada aparato de radio o televisión que funcionara en los hogares, y con ello, sustentar la operación de la comunicación de servicio público. Es conveniente analizar esta modalidad institucional para ver las posibilidades de aplicarlas al caso nacional para contribuir a resolver la sustentabilidad económica de la comunicación de servicio público.

13.- La experiencia internacional, especialmente norteamericana y europea demuestra que el financiamiento de los medios públicos sí se puede resolver parcialmente a través de apoyo económico institucional de entidades acreditadas, pero que no sean de partidos políticos, grupos de presión o del "dinero sucio".

14.- En el momento actual es indispensable que la *Red Nacional de Radiodifusoras Educativas y Culturales A.C.* le exija al gobierno mexicano a través de su propuesta de iniciativa de ley sobre la normatividad de los medios públicos que genere políticas estratégicas de Estado para que dichas instituciones puedan aprovechar los beneficios que aporta el cambio tecnológico, y con ello, fortalecer los proyectos educativos, artísticos, ciudadanos, culturales, etc. que estos impulsan.

15.- Debido al perfeccionamiento de la revolución tecnológica y de la sociedad de la información los Estados nacionales deben trabajar legislativamente para que los receptores sean, cada vez, más sujetos con mayor capacidad de elección autónoma.

16.- Los medios públicos pueden aportar una gran riqueza al proceso de construcción de la democracia dándole más voz a la gente común y corriente que tiene muchísimo que expresar desde hace muchas décadas y no ha contado con instrumentos difusores para lograrlo.

Con el testimonio de la riqueza conceptual, política, técnica, jurídica y experimental presentada por los expertos de los 9 países participantes y los diversos representantes de la *Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales A.C.*; ahora es necesario que el Estado mexicano retome estas valiosas aportaciones para construir en la etapa de transición a la democracia comunicativa un marco jurídico avanzado que fortalezca a los medios de comunicación de servicio público, como instituciones de Estado, y les permita gozar de las garantías básicas que define la Constitución Política Mexicana para que estos ejerzan funciones promotoras del crecimiento social amplio. Ese será uno de los indicadores estratégicos que demostrará si el Estado mexicano apostó por fortalecer la democracia comunicativa o decidió volver a respaldar el autoritarismo, la concentración, la verticalidad, el hermetismo y la discrecionalidad informativa del viejo modelo de comunicación colectivo que ya rechazó la sociedad mexicana desde hace varias décadas. Del nivel de salud orgánica que alcancen nuestros medios de comunicación de servicio públicos, será el grado de bienestar que obtenga nuestra frágil democracia en construcción.

Para contribuir a la consolidación de este proceso de cambio normativo de los medios de comunicación de servicio público en México, además de la organización de este Tercer Congreso Internacional, La *Red de Radiodifusoras y Televisoras* decidió formar un *Consejo Consultivo Internacional* de este organismo cuya función esencial será brindarle apoyo solidario internacional desde sus canales locales para que este proceso avance sustantivamente y no se estanque en nuestro país. El respaldo de la opinión pública internacional a este proceso de ascenso histórico en materia de comunicación nacional, será un elemento central que evitará que los grandes intereses internos del poder y del mercado vuelvan a frustrar la apertura de las estructuras de comunicación colectiva, como sucedió en décadas anteriores

En síntesis, a diferencia de lo que sucedió con la transición a la democracia en el año 2000 que no generó el cambio informativo en el país, y menos en el ámbito de la comunicación de servicio público; ahora en el 2007 los tiempos históricos para la maduración de la comunicación de orientación de servicio público ya están dados en México con la resolución de los Ministros de la Suprema Corte de Justicia de la Nación que reivindicaron la comunicación social por encima del prototipo de la comunicación mercantil, y con el compromiso del Congreso de la Unión para crear las bases de otro modelo de comunicación electoral con la aprobación Reforma Política. Por ello, los tiempos de la *Ley Televisa* ya concluyeron y ahora estamos en los nuevos tiempos de la comunicación de servicio público donde le corresponde al Poder Ejecutivo, al Poder Legislativo y a la sociedad civil organizada continuar con esta transición hacia un mayor equilibrio comunicativo nacional, mediante la creación de una nueva *Ley Federal de Radio y Televisión* que reconozca e impulse la verdadera naturaleza y acción de los canales con vocación de servicio público como instituciones de Estado que robustezcan las garantías constitucionales básicas de los sujetos en México.

Hay que considerar que, en última instancia, la defensa de los medios públicos no es otra tarea que la de luchar por alcanzar las garantías elementales del Derecho a la Libertad de Expresión, del Derecho a la Información y del Derecho a Saber que les corresponde a todos los mexicanos para poder ser personas y ciudadanos. Es decir, es el derecho para existir como seres humanos, vía el acceso a la comunicación y la interacción, pues de lo contrario, sólo se es súbdito del poder o del mercado, lo que impide acceder a los niveles elementales de humanización que prometen conquistar todas las ideologías de las modernizaciones occidentales contemporáneas.